



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

# Alan ammattilaisten odotukset Luksiasta valmistuvilta kauneudenhoitajilta

Porrassalmi, Melissa

2017 Laurea

Laurea-ammattikorkeakoulu

## Alan ammattilaisten odotukset Luksiasta valmistuvilta kauneushoitajilta

Porrassalmi Melissa  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Toukokuu, 2017

Porrassalmi Melissa

**Alan ammattilaisten odotukset Luksiasta valmistuvilta kauneudenhoitajilta**

Vuosi 2017

Sivumäärä 46

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä odotuksia kauneudenhoitoalan ammattilaisilla on vastavalmistuneille kauneudenhoitajille. Työn toimeksiantajana oli Luksia, Länsi-Uudenmaan koulutuskuntayhtymän Lohjan toimipiste. Tutkimuksen keskeisin kysymys oli, mitä alan ammattilaiset odottavat Luksiasta valmistuvilta tuoreilta kauneudenhoitajilta. Lisäksi tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, minkälaiset kauneudenhoitoalan palvelut painottuvat tulevaisuudessa. Odotukset selvittämällä voitiin kehittää kehitysehdotuksia kauneudenhoitoalan perustutkintoa vastaamaan työelämän odotuksia.

Opinnäytetyön tietoperusta on rakennettu lähteistä, jotka käsittelevät muun muassa asiakaspalvelua, myyntiä sekä yksilöllistä palvelua. Tutkimus toteutettiin määrällisenä tutkimuksena. Kauneudenhoitoalan yrittäjille lähetettiin sähköpostitse verkkokysely.

Tutkimuksessa selvisi asiakaspalveluosaamisen olevan tärkein ja odotetuin ominaisuus tuoreelle kauneudenhoitajalle. Myös vuorovaikutustaidot sekä asiakkaan todellisen tarpeen tunnistaminen kuuluivat odotetuimpiin valmiuksiin. Tutkimuksessa oli käytetty myös avoimia kysymyksiä, ja niiden perusteella saatiin syvällisempää tietoa alan ammattilaisten odotuksista sekä tulevaisuudessa painottuvista palveluista. Uudet laitteet sekä nopeita tuloksia tuovat hoidot kuten pistoshoidot painottuvat tulevaisuudessa entisestään.

Tutkimustulosten perusteella voitiin koota muutamia kehitysehdotuksia kauneudenhoitoalan koulutuksen kehittämiseksi. Koulun oman hoitolan painottaminen opetuksessa kehittäisi oppilaita asiakaspalvelussa. Lisäksi opetuksessa tulisi seurata enemmän alan trendejä sekä uusia hoitomenetelmiä. Vähäisen kyselylomakkeen vastausprosentin takia, tutkimusta ei voida pitää määrällisesti luotettavana. Vastauksia saatiin kahdestakymmenestä kahdeksasta lähetetystä kyselylomakkeesta vain 7, joista kaksi jouduttiin hylkäämään väärän vastaustavan seurauksena. Tutkimuksesta saadut tulokset päätettiin tulkita laadullisen tutkimusmenetelmän keinoin, jotta niitä voidaan tutkia monitahoisesti sekä yksityiskohtaisesti. Opinnäytetyö olisi tuottanut yritykselle enemmän lisäarvoa, mikäli kauneudenhoitoalan ammattilaisia olisi saatu aktivoitua kehittämiseen osallistumiseen paremmin.

Asiasanat: kauneudenhoitoala, kauneudenhoitaja, asiakaspalvelu, tulevaisuuden palvelut.

Porrassalmi Melissa

**The expectations of professionals of future beauty care professionals from Luksia**

Year	2017	Pages	46
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to find out what kind of expectations professionals of beauty care have for future beauticians. The commissioner of this thesis was Luksia Western Uusimaa Municipal Training and Education Consortium branch of Lohja. The main question of this research was, what professionals of beauty care expect from students who will graduate from Luksia. In addition, the research tried to find out what kind of treatments will be demand in the future. By finding out the expectations, it was possible to develop development proposals for the undergraduate degree in beauty care to meet the expectations of working life.

The theoretical framework of this thesis has been built from sources which discuss topics including customer service, sales, and personalized service. The research was carried out as a quantitative research. An online survey was sent to the professionals of beauty care.

The research showed that customer service skills are the most important and expected characteristic for future beauticians. Also, interpersonal skills as well as identifying the customer's real need were among the most anticipated capabilities. Also, open questions were used in the research, which provided more in-depth information on the expectations of professionals and future-oriented services. New devices, as well as treatments with visible results such as injection treatments, will be further emphasized in the future.

Based on the results of the research, it was possible to give a few suggestions for development of the education of beauty care. The emphasis on school's own beauty salon with real customers in teaching would develop students in customer service. In addition, education should follow trends in the field and new treatments more closely. Due to the low response rate of the questionnaire, the research can not be considered quantitatively reliable. From twenty-eight questionnaires sent only 7 responses were received and two of them had to be rejected because of the wrong answer method. The results of the research were decided to be interpreted by means of a qualitative research method, so that they can be studied in a complex and detailed manner. The thesis would have given the commissioner more added value if beauty care professionals were more actively involved in development.

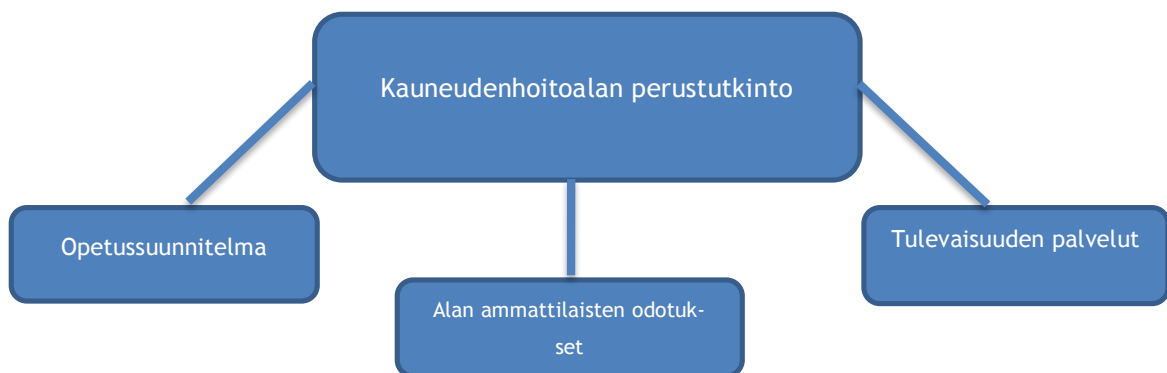
Keywords: beauty care, beautician, customer service, future services.

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Länsi-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä, Luksia .....	6
3	Kauneudenhoitoalan koulutus .....	7
3.1	Sosiaali-, terveys ja liikunta-ala .....	7
3.2	Kauneudenhoitoala.....	7
3.3	Kauneudenhoitoalan perustutkinto .....	9
3.3.1	Koulutusvaihtoehdot .....	9
3.3.2	Kosmetologi.....	9
3.3.3	Kosmetiikkaneuvoja .....	10
3.3.4	Luksiasta valmistuva ammattilainen.....	10
3.3.5	Kauneudenhoitoalan perustutkinnon rakenne.....	11
3.3.6	Työssäoppiminen osana kauneudenhoitajaksi opiskelua.....	12
4	Odotuksia tulevaisuuden kauneudenhoitajalle .....	14
4.1	Kauneudenhoitaja on asiakaspalvelija .....	14
4.1.1	Asiakaspalvelu kauneudenhoitoalalla.....	14
4.1.2	Asiakaspalvelu on kommunikaatiota .....	15
4.1.3	Asiakkaan kuuntelu avainasemassa .....	16
4.2	Myyntityö osana kauneudenhoitoa.....	17
4.2.1	Myyntitilanne kauneudenhoitoalalla.....	17
4.2.2	Asiakkaan tarpeiden kartoitus .....	19
4.2.3	Vuorovaikutustaidot tärkeässä roolissa.....	20
4.3	Ammattitaitoinen kauneudenhoitaja on luotettava.....	20
5	Alan kehitysnäkymät.....	22
5.1	Kauneudenhoitopalveluiden kysyntä .....	22
5.2	Työllisyys .....	22
5.3	Tulevaisuuden palvelut.....	23
6	Metodologia .....	24
6.1	Määrällinen tutkimusmenetelmä ja E-lomake .....	24
6.2	Laadullinen tutkimusmenetelmä sekä teemahaastattelu .....	26
6.3	Tutkimuksen toteutus .....	27
6.4	Luotettavuus .....	30
7	Tutkimuksen tulokset.....	31
8	Johtopäätökset .....	34
	Lähteet .....	37
	Kuviot.....	40
	Liitteet .....	41

## 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää mitä odotuksia alan ammattilaisilla on Luksiasta valmistuvilla tuoreilla kauneushoitoalan ammattilaisilla. Lisäksi työssä pyritään selvittämään mitkä kauneushoitoalan palvelut painottuvat tulevaisuudessa. Kauneushoitoala muuttuu jatkuvasti, ja tutkimuksen avulla kauneushoitoalan perustutkintoa voidaan kehittää ajankohtaisemmaksi. Tämä opinnäytetyö on tutkielmatyypinen opinnäytetyö, joka toteutetaan kvantitatiivisin sekä kvalitatiivisin menetelmin.



Kuvio 1: Opinnäytetyön tavoite

Opinnäytetyön päätavoitteena on selvittää kauneushoitoalan ammattilaisten odotuksia Luksiasta valmistuvilla kauneushoitoalan tuoreilla ammattilaisilla. Osatavoitteena tutkitaan tulevien kauneushoitoalan ammattilaisten osaamisvaateita tulevaisuuden työelämässä, sekä kartoitetaan yleisesti mahdollisia tulevaisuuden palveluja. Kuvio 1 kuvaa opinnäytetyön tavoitetta. Luksia on aloittanut kauneushoitoalan perustutkinnon koulutuksen tarjoamisen Lohjalla syksyllä 2016. Opinnäytetyö on kehittämishanke, jonka tarkoituksena on löytää kehittämis ehdotuksia kauneushoitoalan toimintamallien parantamiseksi, sekä mahdollistaa koulutuksen olevan tulevaisuuden tarpeita vastaavaa. Opinnäytetyön henkilökohtaisena tavoitteena on syventää kirjoittajan ammatillista osaamista yhdistäen kosmetologin ammattitaitoa liiketalouden osaamiseen. Tekijän oma kokemus työelämässä kosmetologina tuo opinnäytetyöhön ammattimaista otetta käsitellä kauneushoitoalan kehittämistä. Opinnäytetyö mahdollistaa näiden alojen tuoman ammattitaidon yhdistämisen käytännössä.

## 2 Länsi-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä, Luksia

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Luksia, Länsi-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä. Luksia on Läntisen-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä joka koostuu kahdeksasta jäsenkunnasta.

Jäsenkunnat ovat: Hanko, Inkoo, Karkkila, Kirkkonummi, Lohja, Raasepori, Siuntio sekä Vihti. (Luksia 2017.)

Luksia tarjoaa ammatillista perus- ja lisäkoulutusta oppilaitos- ja oppisopimusmuotoisena, työvoima- ja henkilöstökoulutusta sekä työelämän kehittämistä ja palvelua. Tässä opinnäyte-työssä yhteistyöorganisaationa toimii Luksian Toivonkadun yksikkö Lohjalla. (Luksia 2017.)

Kauneudenhoitoalan koulutuksen toteutus on aloitettu toimipisteessä syksyllä 2016. Hakijoita koulutukseen oli sata, ja ensimmäinen ryhmä joka aloitti syksyllä 2016 koostui parista kymmenestä opiskelijasta. Luksiasta voi valmistua ihon erikois- ja laitehoitojen osaamisalalta kosmetologiksi tai kauneudenhoidon ja tuoteneuvonnan osaamisalalta kosmetiikkaneuvojaksi. Ammatilliset koulutukset sisältävät 135 osaamispistettä ammatillisia tutkinnonosia, 35 osaamispistettä yhteisiä tutkinnon osia sekä 10 osaamispistettä vapaavalintaisia osaamispisteitä. (Luksia 2017; Länsi-Uusimaa 2017.)

### 3 Kauneudenhoitoalan koulutus

#### 3.1 Sosiaali-, terveys ja liikunta-ala

Kauneudenhoitoala kuuluu sosiaali- terveys- ja liikunta- alaan. Sosiaali-, terveys- ja liikunta- alan opinnoissa saavutetaan edellä mainittujen alojen työtehtävissä tarvittava osaaminen. Työpaikkoja tarjoavat muun muassa sosiaali-, terveys-, kuntoutus-, liikunta-, hius- ja kauneudenhoitopalveluja tarjoavat yritykset sekä julkiset organisaatiot. Hius- ja kauneushoitolat ovat kauneudenhoitoalan ammattilaisen mahdollisia työpaikkoja. Työpaikkana voi toimia myös asiakkaan koti tai erilaiset kodinomaiset ympäristöt. Palveluilla edistetään potilaiden ja asiakkaiden terveyttä, hyvinvointia ja toimintakykyä sekä ehkäistään terveys- ja sosiaalisia haittoja ja lisätään ihmisen turvallisuutta. Kauneudenhoitoalan palveluilla tuotetaan kauneutta ja mielihyvää, esteettisiä kokemuksia sekä viihtyvyyttä. (Opetushallitus 2010.)

#### 3.2 Kauneudenhoitoala

Kauneudenhoitoalaan kuuluvat seuraavat toisen asteen tutkinnot: kosmetologi, erikoiskosmetologi ja kosmetiikkaneuvoja. Nämä toimivat yhdessä terveydenhuollon kanssa. Alan työtehtäviä sekä opintoja kuvaa hyvin termi hyvinvointiala. Kosmetologi voi jatko-opiskella etenomiksi ammattikorkeakoulussa. (SKY 2017.)

Kauneudenhoitoalan ammattilainen tuottaa palveluja, jotka edistävät asiakkaan henkistä ja fyysistä hyvinvointia sekä osaltaan myös terveyttä. Kosmetologinen hoitotyö, parturi-kampaamopalvelut sekä maskeeraus ovat kauneudenhoitoalan palveluja. Alan ammattilainen osaa toimia ihonhoidon, hieronnan sekä ehostuksen asiantuntijana, joka osaa suunnitella, tehdä,

myydä sekä markkinoida asiakkaalle hoitoja. Hoitoja tehdään niin kasvoille, vartalolle, ja loille kuin käsillekin. Kosmetologi sekä kosmetiikkaneuvoja osaavat ohjata ja neuvoa asiakasta oman tyyliinsä löytämisessä, värien käytössä, ihon ja kehon itsehoidossa sekä kotihoitotuotteiden valinnassa ja käytössä. Myös alan teknologiset välineet sekä laitteet ovat tuttuja kosmetologille. Tuotetuntemus, myyntityö sekä asiantunteva asiakaspalvelutyön toteuttaminen ovat olennaisia osia kauneudenhoitoalan ammattilaisen työtä. (Kauneudenhoitoalan perustutkinnon opetussuunnitelma 2017; Luksia 2017.)

Kauneudenhoitoalan yritykset, kuten kauneushoitolat ja kylpylät tarjoavat kosmetologisia hoitoja. Kosmetologi on ihonhoidon ammattilainen, joka hoitaa asiakkaan tervettä ihoa huolehtien asiakkaan ihon ja kehon kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista. Hoitoja ovat monenlaiset kasvojen, vartalon, jalkojen ja käsien hoidot, jotka toteutetaan asiakkaan tarpeiden sekä toiveiden mukaan. Kosmetologin työ on pääasiassa käsityötä, ja usein hoitoihin sisältyy myös hierontaa. Myös erilaiset laitehoidot kuuluvat kosmetologin työhön. Kosmetiikkaneuvoja osaa neuvoa ja ohjata asiakkaita ihon ja kauneuden hoidossa. Kosmetiikkatuotteiden markkinointi ja myynti ovat kosmetologin sekä etenkin kosmetiikkaneuvojan työtä. (Kauneudenhoitoalan perustutkinnon opetussuunnitelma 2017; Luksia 2017.)

Alan tärkeitä arvopäämääriä ovat asiakkaan fyysinen, psyykkinen ja sosiaalinen hyvinvointi, hänen omanarvontuntonsa lisääntyminen sekä elämysten, virkistysten ja mielihyvän tuottaminen. Kauneudenhoitoalan keskeisiä eettisiä periaatteita ovat: ihmisarvon kunnioittaminen, asiakkaan tarpeisiin vastaava toiminta, luotettavuus, samanarvoisuus, suvaitsevaisuus sekä kestävä kehitys. Yritystoiminnan eettinen vastuullisuus edellyttää lakien noudattamista ja asiakkaan oikeuksien kunnioittamista sekä sen tulee perustua asiakaskeskeisyyteen, yritystoiminnan kannattavuuteen, yhteistyö- ja kehityskykyisyyteen sekä terveeseen kilpailuun. Alan ammattilaisen ammattietiikassa korostuvat asiakkaan yksilöllisyyden ja arvon kunnioittaminen, rehellisyys sekä luottamuksellisuus, empaattisuus, palveluالتتius, oman ammattitaidon jatkuva kehittäminen ja työhyvinvoinnista huolehtiminen. (Opetushallitus 2014.)

Ammattina kosmetologi sopii yhtä hyvin nuorelle ensimmäiseksi ammatiksi, kuin vaikka alan vaihtajalle vanhemmalla iällä, sillä myös asiakaskunta koostuu eri ikäisistä ja erilaista osaamista arvostavista ihmisistä. Lähtökohtana on asiakkaan yksilöllisten tarpeiden tunnistaminen sekä hoidon toteuttaminen niiden mukaisesti. Tärkeintä on halu kehittyä sekä avoimuus vastaanottaa uutta tietoa. Kosmetologin työssä eduksi hyvän fyysisen terveyden ja myönteisen ajattelun lisäksi ovat ominaisuudet, kuten empaattisuus sekä hyvät ihmissuhdetaidot. Asiakaspalvelu edellyttää onnistunutta vuorovaikutusta eri tilanteissa eri-ikäisten ja erilaisten ihmisten kanssa. Alan ammattilainen on läheisessä kosketuksessa asiakkaaseen ja tämä vaatii em-

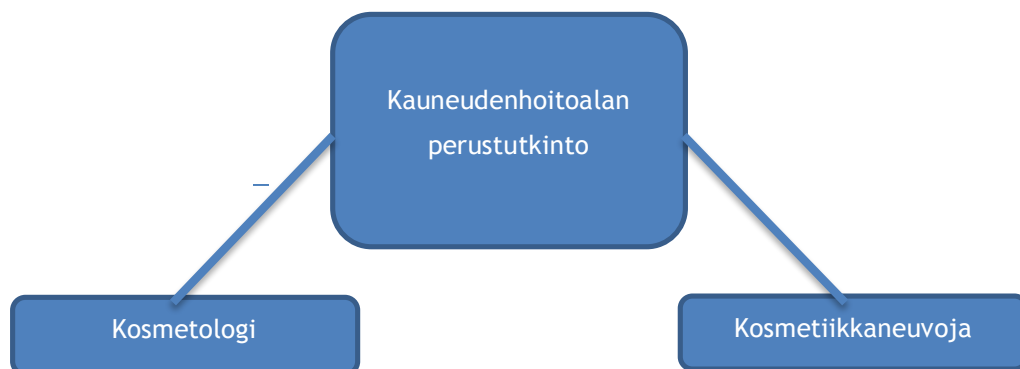


patian lisäksi kykyä keskustella sekä kuunnella. Kosmetologin työ on ihmisläheinen palveluammatti, jossa tähdätään asiakkaan hyvinvointiin joka tasolla. (Mol 2017a; Suomen kosmetologikoulu 2017.)

### 3.3 Kauneudenhoitoalan perustutkinto

#### 3.3.1 Koulutusvaihtoehdot

Länsi-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä, Luksia tarjoaa monipuolisesti ammatillista koulutusta nuorille ja aikuisille. Luksia on aloittanut kauneudenhoitoalan perustutkinnon toteuttamisen uutena koulutusvaihtoehtona Lohjalla syksyllä 2016. Luksiasta voi valmistua ihon erikois- ja laitehoitojen osaamisalalta kosmetologiksi tai kauneudenhoidon ja tuoteneuvonnan osaamisalalta kosmetiikkaneuvojaksi. Perustutkinnon yleistavoitteina on valmistaa laaja-alaiset ammatilliset perusvalmiudet eri kauneudenhoitoalan tehtäviin. Kuvio 2 kuvaa kauneudenhoitoalan perustutkinnon osaamisalat. (Kauneudenhoitoalan perustutkinnon opetussuunnitelma 2017.)



Kuvio 2: Kauneudenhoitoalan perustutkinnon osaamisalat

#### 3.3.2 Kosmetologi

Kauneudenhoito-opiskelija voi valita suorittavansa perustutkinnon kosmetologina tai kosmetiikkaneuvojana. Ihon erikois- ja laitehoitojen osaamisalalta opiskelija valmistuu kosmetologiksi, joka tekee ihon perushoitojen lisäksi erilaisia laite- ja erikoishoitoja. Perushoitoja ovat ihonpuhdistus, kasvohoidot, käsihoidot, jalkahoidot, vartalohoidot, ehostus, ripsien ja kulmien kestäväväriä sekä ihokarvojen poisto. (Luksia 2017; Mol 2017a.)

Yleisin hoito on kasvojenhoito, johon kuuluu ihon puhdistaminen, höyrytys, tarvittaessa epäpuhtauksien poisto tai kuorinta, hierontaa ja naamio. Käsihoito sisältää kynsien muotoilun lisäksi kynsinahojen hoitoa, kynsien viilauksen, lakkauksen sekä kevyen hieronnan käsille. Jalkahoidossa jalat liotetaan, kovettumat poistetaan sekä jalat hierotaan. Vartalohoidoissa

on lukuisia hoitomenetelmiä kuten kokovartalohoidot tai selluliitti- ja laihdutushoidot. Kosmetologi osaa myös kaunistavaan kosmetiikkaan kuuluvan ehostuksen, sekä on usein erikoistunut myös johonkin täydentävään ihonhoitoon kuten vyöhyke-, tai aromaterapiaan. (Luksia 2017; Mol 2017a.)

Ammattilainen osaa valita oikeat hoitomenetelmät, -tuotteet ja -laitteet erilaisille asiakkaille heidän kehon sekä ihotyyppin mukaan. Kosmetologi työskentelee kosmetologina toisen palveluksessa tai itsenäisenä ammatinharjoittajana tai yrittäjänä erilaisissa tehtävissä. Kosmetologi voi työllistyä esimerkiksi myynti-, konsultointi ja koulutustehtävissä tai kosmetologina hoitolassa, kylpylässä, teatterissa, televisiossa, terveydenhoitoalan yrityksissä tai risteilyaluksilla. (Luksia 2017.)

### 3.3.3 Kosmetiikkaneuvoja

Kauneudenhoidon ja tuoteneuvonnan osaamisalalta opiskelija valmistuu kosmetiikkaneuvojaksi, joka osaa myydä ja markkinoida kosmeettisia hoito- ja ehostustuotteita. Kosmetiikkaneuvoja ei yleensä tee varsinaista hoitotyötä, johon kosmetologi erikoistuu. Kosmetiikkaneuvoja voi työskennellä yhteistyössä esimerkiksi hius-, ja terveydenhuoltoalan tai muodin ja median ammattilaisten kanssa. Monet kosmetiikkaneuvojat perustavat oman toiminimen tai yrityksen. Kosmetiikkaneuvoja seuraa jatkuvasti alan ajankohtaista kotimaista ja kansainvälistä kehitystä sekä ylläpitää ja kehittää ammattitaitoaan jatkuvasti. (Luksia 2017.)

### 3.3.4 Luksiasta valmistuva ammattilainen

Luksiasta valmistuva kosmetologi tai kosmetiikkaneuvoja tuntee kuluttajansuojalainsäädännön velvoitteet, työsuojelumääräykset ja ohjeet sekä toimii niiden mukaisesti. Omasta ja asiakkaan terveydestä huolehtiminen valitsemalla turvalliset tuotteet, työmenetelmät ja tavat ovat perusoletuksia kauneudenhoitoalan ammattilaiselta. Ammattilainen edistää omalla toiminnallaan työyhteisön hyvinvointia sekä noudattaa ergonomisia työtapoja. Työssään kosmetologi noudattaa ympäristöä säästäviä menetelmiä sekä edistää kestävästä kehitystä taloudellisten, sosiaalisten sekä kulttuuristen periaatteiden mukaisesti. Kauneudenhoitoalan ammattilainen osaa käyttää tietotekniikkaa sekä hyödyntää alan teknologisia välineitä ja laitteita työssään sekä ymmärtää teknologian kehityksen vaikutuksia ammattialansa tulevaisuuteen. Kosmetologi tai kosmetiikkaneuvoja omaa tietoyhteiskunnassa tarvittavat valmiudet kehittyvän tieto- ja viestintätekniikan käyttämiseen sekä tiedon hankkimiseen. (Kauneudenhoitoalan perustutkinnon opetussuunnitelma 2017.)

Toimiminen kauneudenhoitoalan ammattilaisena edellyttää viestintätilanteista selviytymistä, tervettä itsetuntoa, innovatiivisuutta, sisäistettyä ammattietiikkaa sekä oman elämän hallin-

taa. Työkykynsä säilyttääkseen kosmetologin ja kosmetiikkaneuvojan tulee kiinnittää huomiota työympäristön terveyttä vaarantaviin tekijöihin, ergonomiaan sekä terveellisiin elämäntapoihin. Työolot, työyhteisön vuorovaikutus, työaikajärjestelyt sekä ammattilaisten henkinen ja sosiaalinen yhteisöllisyys ovat myös työhyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä. (Kauneudenhoitoalan perustutkinnon opetussuunnitelma 2017.)

Kauneudenhoitoalan perustutkinnosta valmistuvan kosmetologin tai kosmetiikkaneuvojan tulee osata hyödyntää kielitaitoaan asiakaspalvelussa. Hänen tulee osata toimia kansainvälisissä ja monikulttuurisissa työympäristöissä noudattaen tasa-arvo ja yhdenvertaisuuslakeja. Tärkeää työssä on toisten huomioon ottaminen sekä ihmisten erilaisuuksien hyväksyminen kaikissa vuorovaikutustilanteissa. Lisäksi valmistunut tuore ammattilainen arvostaa omaa työtään ja ammattialaansa sekä omaa realistisen kuvan omasta osaamisestaan. Jokaisella ammattiin valmistuneella on edellytykset hakeutua jatko-opintoihin tai suorittaa alan muita tutkintoja ja erikoisammattitutkintoja työkokemusta kerättyään. Kauneudenhoitoalan ammattilainen kehittää osaamistaan jatkuvasti elinikäisen oppimisen periaatteiden mukaisesti. Koulutuksen tavoitteena on antaa opiskelijalle valmiuksia yrittäjyyteen, sekä tukea opiskelijoiden kehitystä hyväksi ja tasapainoisiksi ihmisiksi ja yhteiskunnan jäseniksi. (Kauneudenhoitoalan perustutkinnon opetussuunnitelma 2017.)

### 3.3.5 Kauneudenhoitoalan perustutkinnon rakenne

Kauneudenhoitoalan perustutkinnon opintojen tarjonta on suunniteltu 2,5-3 vuodelle. Tutkinto muodostuu ammatillisista tutkinnon osista (130 osaamispistettä), yhteisistä tutkinnon osista (35 osaamispistettä) sekä vapaasti valittavista tutkinnon osista (10 osaamispistettä) sekä osaamisen hankkimisesta työssäoppimisen kautta (30 osaamispistettä). Työssäoppimajakso sijoitetaan toiselle ja kolmannelle opiskeluvuodelle tai opiskelijalle tehdyn, henkilökohtaisen suunnitelman mukaisesti. Yrittäjyyskasvatus on osa oppimista, jossa yrittäjyyteen liittyvät valmiudet kehittyvät. Opetusministeriö on linjannut yrittäjyyden linjat kauneudenhoitoalan koulutuksessa. Perustutkintoon sisältyy tutkinnon osa: kauneudenhoitoalan yrittäjyys ja yritystoiminta (20 osaamispistettä). Ammatillisen perustutkinnon laajuus on yleisesti 180 osaamispistettä. Pakollisia tutkinnon osia ovat: ihon hoito, ihonhoidon ohjaus, ehostus, kauneudenhoitoalan yrittäjyys ja yritystoiminta sekä täydentävät ihonhoidot. Lisäksi kauneudenhoidon ja tuoteneuvonnan osaamisalan pakollisena tutkinnon osana on kauneudenhoito ja tuoteneuvonta. (Kauneudenhoitoalan perusteet 2014.)

Luksiassa opiskelija suorittaa opintonsa henkilökohtaisen opintopolkunsu mukaan. Opiskeluaika riippuu osaamisen hankkimiseen kuluva ajasta ja sitä voidaan nopeuttaa tai joustavoittaa henkilökohtaisilla valinnoilla. Opiskelijat saavat opettajilta, ammatillisilta ohjaajilta, erikoisammattihenkilöiltä, opinto- ohjaajilta ja muilta opiskelijahuollon toimijoilta tarvitse-

maansa tukea koko opintojen ajan. Opintojen keskeinen väline on henkilökohtainen opintopolku eli HOPS, josta käydään keskustelua vähintään kaksi kertaa vuodessa yhdessä opettajan kanssa. (Kauneudenhoitoalan perustutkinnon opetussuunnitelma 2017.)

### 3.3.6 Työssäoppiminen osana kauneudenhoitajaksi opiskelua

Työssäoppiminen on ammatilliseen koulutukseen kuuluva opintojen osa ja koulutuksen järjestämismuoto, jossa opiskelija oppii osan tutkinnon tavoitteista työssäoppimispaikalla. Se on tavoitteellista, ohjattua ja arvioitua opiskelua aidossa työympäristössä. Työssäoppiminen on todettu tehokkaaksi oppimismenetelmäksi, joka parantaa opiskelijoiden ammatillista osaamista ja valmiuksia työelämään ja täten myös edistää opiskelijoiden työllistymistä. (Opetushallitus 2014.)

Kauneudenhoitoalan koulutukseen sisältyy yleensä kolme harjoittelujaksoa, jossa kauneudenhoitoalan opiskelijat suuntaavat työssäoppimaan johonkin hoitolaan, tai myyntiin keskittyvän jakson aikana kosmetiikkamyymälöihin tai tavaratalojen kosmetiikkaosastoille. Nämä jaksot on jaksotettu eri vuosille opiskeluaikana. Työssäoppimisjakso on keskeinen osa ammatillista koulutusta sekä se on erinomainen mahdollisuus kerryttää oman alan työkokemusta, selvittää omia kiinnostuksen kohteita sekä saada jalka oven väliin mahdolliselle tulevalle työnantajalle. Opiskelijat hankkivat osaamista vähintään 30 osaamispisteen verran työssäoppimisjaksoilla. Yhteistyöllä työelämän ja koulutuksen järjestäjien välillä varmistetaan työssäoppimisen laatu sekä ajantasaisuus. Työssäoppimispaikalla on oltava yhteinen käsitys niistä osaamisen tavoitteista ja toteutumisesta, mitä opiskelijalle on asetettu. Sopivalla työssäoppimispaikalla tulee olla käytettävissä riittävästi palvelutoimintaa, tarpeelliset työvälineet sekä ammattitaitoista henkilökuntaa. Työpaikalta nimetään myös vastuullinen työpaikkaohjaaja. (Luksia 2017; Opetushallitus 2014.)

Työssäoppimispaikat hankitaan itse, joten jo tässä vaiheessa opiskelija oppilas saa hyvän käsityksen oman alan työmarkkinoista ja niille hakeutumisesta. Lyhytkin työkokemus voi olla merkittävä tekijä työnhakijoita tarkasteltaessa, ja työssäoppiminen yleisesti parantaa mahdollisuuksia työelämään sijoittumisessa. Kauneudenhoitoalalla työssäoppimispaikkoja ovat kauneushoitolat, kylpylät, sairaalat, palvelutalot, risteilyalukset, tai tavaratalojen kosmetiikkaosastot, kosmetiikkamyymälät ja kosmetiikan maahantuojat. Työssäoppimisjakso toteutetaan tiiviissä yhteistyössä opiskelijan, työpaikkaohjaajan sekä opettajan välillä. (Studentum 2015; Luksia 2017.)

Työssäoppimisen tavoitteena on, että opiskelija saa hankittua tutkinnossa edellytetyn osaamisen työpaikalla. Opiskelijat osoittavat osaamisensa ammattiosaamisen näytön avulla. Näyttö on osana työssäoppimisjaksoa, joten oppilas pääsee näyttämään osaamisensa aidossa

työelämätilanteessa, työtilanteissa- ja tehtävissä työpaikalla. Ammattiosaamisen näytöt toteutetaan työssäoppimisjakson lopulla koulutuksen järjestäjän arviointisuunnitelman mukaisesti. Arviointi suoritetaan yhdessä opiskelijan, työpaikkaohjaajan ja opettajan kesken. Itsearviointi on olennainen osa näytön kokonaisarviointia. Tulevan työelämän kannalta on tärkeää, että työelämäjakso ja ammattiosaamisen näyttö on hoidettu hyvin. (Luksia 2017; Opetushallitus 2014.)

Opetushallitus (2005) on määritellyt työssäoppimisen työsuojelua kauneudenhoitoalan perustutkinnossa. Siinä on suuressa roolissa kauneudenhoitoalan työturvallisuus ja hyvinvointi, joista tarkemmin avattuna työn kuormittavuus, työturvallisuus, henkilökohtainen hygienia sekä työympäristön hygienia. Työn kuormittavuuteen vaikuttavat ergonomia sekä työn psyykkinen kuormittavuus. Työssäoppimispaikalla on työsuojelullisin keinon pyrittävä vähentämään työn fyysisiä kuormitustekijöitä. Ergonomisesti oikeisiin työtapoihin on kiinnitettävä huomiota, ja työntekijälle on varattava riittävästi tilaa työn tekemiseen sekä mahdollisuuksiin vaihdella työasentoja. Myös työtilan valaistus, ilmastointi, tuuletus ja lämpötila on järjestettävä ergonomisesti. Tällä alalla työssäoppijan henkistä kuormitusta lisää vastuu asiakkaista sekä työssäoppimisesta, ja siksi työssäoppimispaikan tuella on merkitystä työssäjaksamiselle.

Työturvallisuus on jaettu kahteen osaan, jotka ovat sähköturvallisuus sekä paloturvallisuus. Kauneudenhoitoala luokitellaan sähköturvallisuudessa erittäin vaarallisiin työolosuhteisiin. Alalla käytetään useita eri sähkölaitteita ja niiden käyttöohjeissa olevia erityisohjeita on noudatettava. Työssäoppimispaikan sähkölaitteet on käytävä läpi työpaikkaohjaajan kanssa. Paloturvallisuuden perusasiat on oltava hallinnassa jokaisella työntekijällä. (Opetushallitus 2005.)

Henkilökohtainen hygienia on kauneudenhoitoalalla tärkeä huomioonotettava asia. Säännöllinen ihon ja hiusten pesu, suuhygienia sekä parranajo kuuluvat työssäoppijan henkilökohtaiseen hygieniaan. Työtilanteissa ollaan läheisessä kontaktissa asiakkaan kanssa, joten työntekijä ei saa haista tupakalle, alkoholille tai voimakkailla mausteille. Puhdas ja siisti vaatetus on osa henkilökohtaista hygieniaa ja työnantajalla on oikeus määrätä työasusta. Asianmukaiset matalakorkoiset ja ergonomiset kengät ehkäisevät jalkojen väsymistä ja vaaratilanteita liikkeessä ja tavaroita nostaessa. Suuret korut, sekä lävistykset kasvojen ja vartalon alueella eivät ole sallittuja, sekä pitkät hiukset tulee olla kiinni. Käsihygienia on erityisen tärkeää ja sen perustana on ehjä ja hoidettu iho, jossa kynnet ovat lyhyet ja hyvin hoidetut. Alalla käytettävät desinfektio- ja pesuaineet, kosmeettiset tuotteet, voimakkaat tuoksut sekä väri- ja säilöntäaineet voivat ärsyttää työntekijöiden ihoa ja hengitysteitä. Työpaikkaohjaajan vastuulla on suojaamista huolehtiminen. (Opetushallitus 2005.)

Työympäristön hygieniä sisältää välinehuollon, työtilat, tekstiilit ja jätteiden käsittelyn. Jokaisen asiakkaan jälkeen työvälineet puhdistetaan ja desinfioidaan tai steriloidaan. Seinät, lattiat sekä kalusteet on oltava helposti puhdistettavissa ja tekstiilit tulee olla jaoteltu riittävän tilavasti puhtaisiin sekä käytettyihin liinavaatteisiin. Jätteiden käsittely tulee käydä läpi yhdessä työpaikkaohjaajan kanssa, jotta käytetyt infektioneulat, terät, ampullit tai muut pakataan läpäisemättömiin materiaaleihin työturvallisuuden vuoksi. (Opetushallitus 2005.)

#### 4 Odotuksia tulevaisuuden kauneudenhoitajalle

##### 4.1 Kauneudenhoitaja on asiakaspalvelija

###### 4.1.1 Asiakaspalvelu kauneudenhoitoalalla

Asiakaspalvelu on toimintaa, jonka perimmäisenä tarkoituksena on auttaa sekä opastaa asiakasta. Yrityksen liikeideassa tulee määritellä, minkä asteiseen palveluun yrityksessä pyritään ja miten palvelua käytetään kilpailukeinona. Palvelu voi olla tavaratuotteeseen liitetty lisäosa tai yrityksen päätuote. Yleensä myytäviin tuotteisiin liitetään palveluja, jotta tuotetta saadaan erilaistettua kilpailijoiden tuotteista. Asiakaspalvelun laatuun vaikuttavat monet yrityksen sisäiset ja ulkoiset tekijät. Sen kokonaisvaltainen kehittäminen edellyttää huolellista palvelukonseptin suunnittelua ja testaamista. Palvelukonseptissa määritellään millä tavoin asiakkaita palvellaan, ketä palvellaan ja kuinka paljon palvelua tarjotaan. Kilpailijoita laadukkaampi asiakaspalvelu on tapa erottua markkinoilla ja tuottaa asiakkaalle lisäarvoa. Asiakaspalvelun merkitys korostuu aloilla, joissa tuotteet tai palvelut ovat hyvin samanlaisia. Yrityksen tulisi siis pyrkiä siihen, että asiakkaat kokevat saavansa heiltä aina tilanteeseen sopivaa ja heille arvokasta palvelua enemmän kuin yrityksen kilpailijoilta. (Bergström & Leppänen 2009, 180-181.)

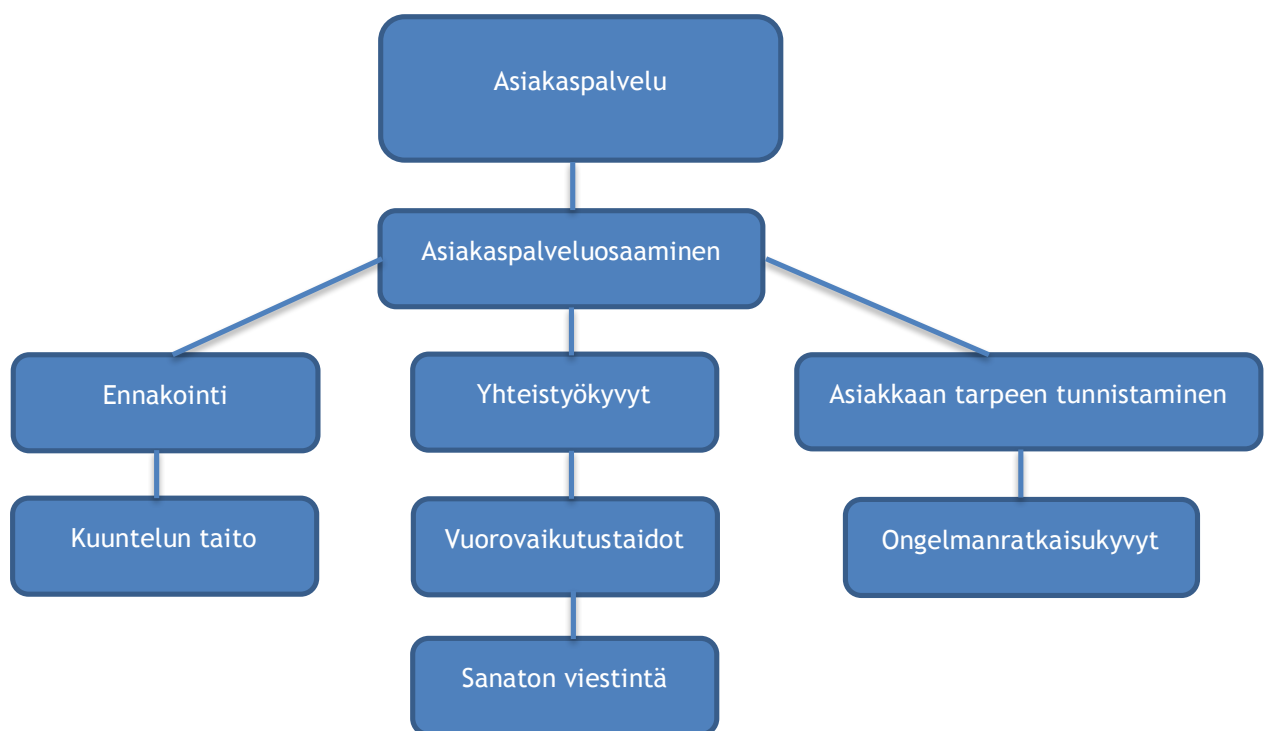
Tässä opinnäytetyössä asiakaspalvelua tarkastellaan kauneudenhoitoalan näkökulmasta. Asiakaspalveluun ja laatuun on useita vaikuttavia tekijöitä, jotka voivat tuntua helpoilta, mutta niiden toteuttaminen arjen työssä ei ole aina yksinkertaista. Asiakkaat arvostavat yksilöllistä huomioimista ja sitä, että heitä huomioidaan myös silloin, kun he vähiten odottavat. Palvelun ensikohtaamisella on merkittävä vaikutus asiakassuhteen kehittymiseen. Hyvin hoidettu alku ehkäisee pettymyksen ja tyytymättömyyden tunnetta ja taas kannustaa asiakasta käyttämään yrityksen palveluja uudelleen. (Reason & Lovlie 2016, 20; Valvio 2010, 87-88.)

Huono asiakaspalvelu johtaa huonoon kannattavuuteen. Samanlaisuus, massakohtelu tai hiottu ja ohjeistettu esiintyminen on huonoa palvelua. Yritysmailmassa on kannattavuustutkimuksin osoitettu, että ne yritykset, jotka saavat asiakkaiden mielessä hyvän aseman asiakaspalvelussa, saavat kolminkertaisen katteen verrattuna yrityksiin joita asiakkaat arvostavat

vain vähän. Täten palvelutuottajan tulosten sekä kannattavuuden parantamiseksi palvelun laadun kohentaminen on erinomainen keino. (Pitkänen 2006, 106; Rissanen 2005, 114-115.)

#### 4.1.2 Asiakaspalvelu on kommunikaatiota

Palvelu on kaksipuolista kommunikaatiota, jossa palveluhenkilöt ovat näyttämöllä kaiken aikaa. Kuvio 3 kuvaa asiakaspalvelun eri ulottuvuuksia. Kaksipuolinen kommunikaatio muodostuu ilmeistä ja eleistä, äänenpainosta sekä sanoista. Asiakaspalvelutehtävissä toimivan rooli edellyttää esiintymistä. On tärkeää, että ihminen on oma itsensä, mutta asiakaspalvelutehtävissä joutuu myös esittämään omaa rooliaan sille kuuluvalla tavalla. (Valvio 2010, 107- 114.)



Kuvio 3: Asiakaspalvelun tärkeitä osa-alueita kauneushoitoalalla

Palvelutilanteessa asiakaspalvelijan tulisi kiinnittää huomiota myös hänen sanattomaan viestintään, joka voidaan jakaa seuraaviin osa-alueisiin: kehon asento, palvelutilanteessa liikkuminen, ilmeet sekä eleet, katsekontakti, äänenpainot ja sanat sekä oman innostuneisuuden näyttäminen. Asento ja ryhti ovat tärkeitä ja näillä asiakkaalle voidaan viestiä, että heitä ollaan valmiita palvelemaan. Eleiden merkitystä ei voida vähätellä, koska puhe ja käytetyt sanat kertovat yhtä, mutta eleet paljastavat, onko asiakaspalvelija mukana tilanteessa koko persoonallaan. Keho kielii siis palveluntarjoajan uskottavuudesta ja luotettavuudesta. (Valvio 2010, 107-114.)

Hyvä asiakaspalvelija liikkuu luonnollisesti, mutta tarkoituksenmukaisesti. Rauhallinen liikkuminen luo uskottavuutta ja asiantuntemusta, kun taas liian nopea liikkuminen voi näyttää asiakkaasta hermostuneelta, eikä asiakas vakuuta asiakaspalvelijan asiantuntevuudesta. Asiakaspalvelutilanteessa toimivan on hyvä hyödyntää itselleen tyypillisiä eleitä ja olla luonnollinen oma itsensä. Hymyilemisellä on mahtava vaikutus, asiakkaiden on paljon miellyttävämpää katsoa hymyilevää myyjää kuin suu mutrussa olevaa työntekijää. Yksi voimakkaimpia vaikuttamisen keinoja palvelutilanteessa on katsekontakti, jonka avulla asiakkaalle tulee tunne, että hänet huomiodaan. Sanattomalla viestinnällä asiakaspalvelija kertoo kuulijalle tunteista, taidosta sekä suhtautumisesta myytäviin tuotteisiin, palveluun, edustettavaan yritykseen sekä lopulta omaan itseensä. Myönteisten tunteiden ilmaisu ja välittäminen näkyvät palvelutapahtumassa ja asiakas huomaa palveluntarjoajan innostuneisuuden. (Valvio 2010, 114-121.)

Ensiarvoisen tärkeää on ystävällisyys, koska silloin asiakas tuntee, että häntä arvostetaan. Hyvää palvelukokonaisuutta ei aikaansaada pelkällä elekielellä, ja vaikka sanojen painoarvon osuus kokonaisviestinnässä on vain seitsemän prosenttia, tarvitsemme sanoja, jotta viesti menee perille. Hyvä asiakaspalvelija on myös äänityöläinen, työkalunaan puheäänensä samalla tavalla kuin muut hyvässä esiintymisessä käytettävät keinot. Asiakaspalvelijalla tulisi olla kuuluva ääni, sillä hiljainen puhe ei usein vakuuta kuulijaa, vaan luo helposti ujon vaikutelman ihmisestä. Mikäli halutaan vakuuttaa ostaja jostakin tuotteen tai palvelun ominaisuudesta, on tehokkaampaa painottaa sanoja, jotka ovat ymmärtämisen kannalta olennaisia, jotta ne saadaan jäämään potentiaalisen ostajan mieleen. (Valvio 2010, 114-121.)

#### 4.1.3 Asiakkaan kuuntelu avainasemassa

Yksi asiakaspalvelun avaintaidoista on kuuntelun taito. Se on tehokas tapa kommunikoida hyvin sekä palvella asiakkaita tehokkaasti. Monet asiat, muutkin kuin laiskuus voivat estää meitä kuuntelemasta. Näitä ovat muun muassa fyysinen väsymys tai epämukavuus, häiriötekijät tai mielen vaeltaminen, omat ennakkoluulot tai henkilökohtainen mielipiteemme puhujasta. Asiakaskohtaamisen aikana on erityisen tärkeää keskittyä kuulemaansa, ei vain kuunnella sanoja ja tätä kautta kuulla sanojen lisäksi myös tarkoitus niiden takana. Myös asiakkaan kehonkieli kertoo kuulijalle. Hyvä kuuntelija viestii vastapuolelle kuuntelevansa pienin elein tai välikommentein, jotta puhuja saa varmuuden siitä, että häntä kuunnellaan ja tilanteessa ollaan keskittyneesti mukana. Katsekontakti puhujaan on hyvän kuuntelijan yksinkertainen ja tehokas tapa osoittaa kuuntelevansa. Kuuntelu sisältää kyvyn ymmärtää mitä hänelle sanotaan, sekä kyvyn organisoida sekä analysoida viestinnän sisältö myöhempään käyttöön. (Rowson 2009, 131-139.)

Asiakassuhteen rakentaminen heti alkuvaiheessa on tärkeää. Mikäli kosmetologin tarjoama palvelu on tarjolla myös muualla, eikä asiakas luota tai pidä valitsemastaan kosmetologista,



hän menee seuraavan kerran toiselle kosmetologille, jos asiakassuhteen rakentamiseen ei panosteta. Asiakkaiden odotukset sekä arvostamat asiat tulisi selvittää alkuvaiheessa ja toimia niiden mukaisesti. Tällä ei kuitenkaan tarkoiteta pelkkää hoitotilannetta, vaan myös muita palveluja, kuten joustavaa ajanvarausta, vapaita viikonloppuaikoja, asiakkaan jälkihoitoa, sekä jopa hoitolan ilmaista parkkipaikkaa. Myös edellä mainitut asiat auttavat kosmetologia saavuttamaan asiakkaalle täydellisen hoitokokonaisuuden. (Khan 2005, 137-138.)

Läsnäolo sekä silmiin katsominen asiakkaan kohtaamisessa on tärkeää. Tilanne, jossa asiakas tulee esimerkiksi meikattavaksi, kosmetologi koskettaa asiakkaan kasvoja selvittääkseen ihon laadun. Ammattimainen kosmetologi tekee sen niin, ettei asiakas kiusaannu, vaan voi samalla rentoutua. Asiakaspalvelutaidot ovat avainasemassa, sillä työssä ollaan niin lähellä asiakasta, ja asiakkaan iholla. Suomalainen usein säpsähtää ensin, kun ollaan hänen henkilökohtaisella reviiirillään. Ammattilaisen on oltava luonnollinen, antaen asiakkaalle kaiken huomionsa siinä tilanteessa eli oltava läsnä. (Hannula, Ingberg & Virta 2012, 32-33; Lundberg & Töytäri 2010, 187.)

Asiakkaat ovat yksilöitä ja haluavat tulla kohdelluksi myös yksilöinä. Kaksi asiakasta saattavat ostaa saman palvelun, mutta ovat silti luonteeltaan, tarpeiltaan sekä käyttäytymiseltään erilaisia. Jokaisella on omat, toisistaan poikkeavat motiivinsa palata takaisin, mutta kukaan asiakas ei vierasta saamaansa hyvää palvelua. Empatia sekä kyky samaistua asiakkaan tilanteeseen hänen rodusta, sukupuolesta, asemasta, vaatetuksesta, ulkonäöstä tai käyttäytymisestä riippumatta on ymmärrettävä ja kaikkiin suhtauduttava myönteisesti. Täten asiakkaalle voidaan tarjota palvelua, joka saa asiakkaan kokemaan, että hän on ainutkertainen, jota kohdellaan hänen ehdoillaan. (Hannula ym. 2012, 32-33; Lundberg & Töytäri 2010, 187.)

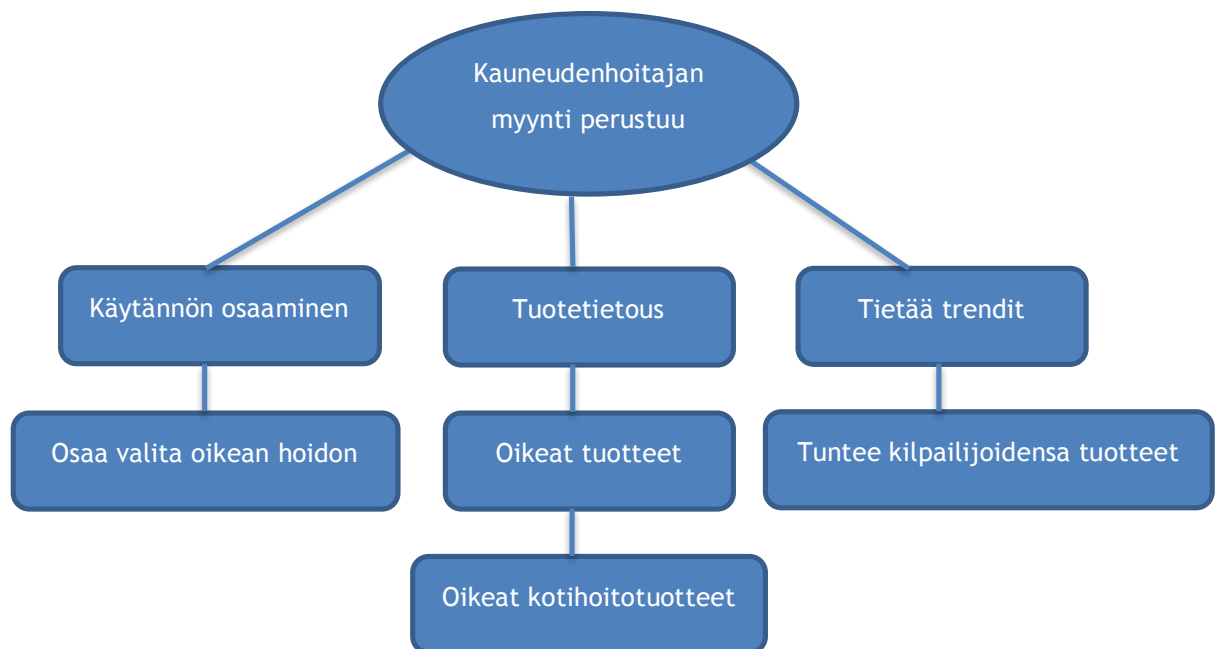
## 4.2 Myyntityö osana kauneudenhoitoa

### 4.2.1 Myyntitilanne kauneudenhoitoalalla

Myynti perustuu pohjimmiltaan vaihtokauppaan. Vaihtokaupassa asiakas antaa rahaa vastineeksi kauneudenhoitopalveluista ja tuotteista. Teemme myyntityötä käytännössä jokapäiväisessä elämässämme, sillä myymme eri ihmisille erilaisia asioita tai ajatuksia. Siinä on kyse kaupasta ja pohjimmiltaan myyntitilanteesta. Myynti on ihmisille hyvin luonnollista ja yksinkertaista toimintaa. Vaihtokauppa edellyttää kahta keskeistä asiaa; tarpeen asiaan, jota ollaan vaihtamassa ja sen lisäksi halu suorittaa vaihto kyseisen myyjän, yrityksen tai organisaation kanssa. Myynti on myös elämäntapa ja asenne. Henkilö, joka on omaksunut myynnin elämäntavan, toimii tavalla, joka tuottaa myyntiä. Lisäksi se on ihmisiin vaikuttamista sekä vuorovaikutusta ihmisten kanssa. Menestyksekkäs myyntityö on aina tuloslähtöistä toimintaa, jossa myyjä arvioi myyntitoimien kannattavuutta ja pyrkii

maksimoimaan toimintansa tulokset. Myös asiakaspalvelu ja asiantuntemus ovat osa myyntityötä. (Kokonaho 2011, 9-11.)

Hyvältä myyjältä edellytetään kokonaisvaltaista myyntiprosessin hallintaa. Kuvio 4 avaa mistä kauneudenhoitajan myynti koostuu. Asiakkaan tarpeet on osattava kartoittaa ja asiakaspalvelijan tulee tuntea myös kilpailijoidensa tuotteet. Hyvä myyjä on tehokas, vakuuttava, oma-aloitteinen, ystävällinen, ymmärrettävä ja kohtelias. Asiakkaiden ja toimintaympäristön tunteminen ja näiden tietojen tehokas hyödyntäminen työssä ovat avainasemassa onnistuneessa myyntityössä sekä asiakaskohtaamisissa. Myyjällä on suuri rooli yritykselle, sillä yhä useampi yritys tarjoaa samankaltaisia tuotteita. Asiakas valitsee sen myyjän, joka osaa perustella tuotteen tai palvelun hyödyt sekä palvelee asiakasta parhaiten. (Rubanovitsch 2007, 18-21.)



Kuvio 4: Kosmetologin myynnilliset vaatimukset

Kauneudenhoitoalalla myyminen on ammattimaista tuotteiden asiakkaille suosittelemista sekä tarjoamista heidän ihonhoidon sekä hyvinvointinsa lisäämiseksi. Tämä on prosessi, jossa kauneudenhoitaja yhdessä asiakkaan kanssa valitsee asiakkaalle kaikista sopivimmat palvelut sekä tuotteet kotihoitoon. Kotihoitotuotteiden valinnalla asiakasta rohkaistaan jatkamaan ihosta ja hyvinvoinnistaan huolehtimista myös hoitotoimenpiteen jälkeen. Ammatillaisen tulee hyödyntää ammatitaitoaan sekä tuotetietouttaan myyntiprosesseissa. Käyttämällä ammatillista tietotaitoaan myyjä osaa ensin tunnistaa ja kohdata asiakkaan tarpeet, jonka jälkeen selittää ja suositella tuotteen hyödyt asiakkaalle. Usein asiakas ei tiedä, mitkä tuotteet sopivat hänen iholle parhaiten ja täten kosmetologin on osattava tunnistaa myös asiakkaan itse tunnistamattomat tarpeet. Kosmetologin tulee muistaa kotihoitotuotteiden valitseminen sekä

esittely tärkeänä osana hoitoprosessia. Ammattilainen osaa esitellä tuotteen ja etenkin sen käyttötavan huolellisesti asiakkaalle, jotta tämä saa siitä täydellisen hyödyn kotihoidossa. (Langley 2007, 1.)

#### 4.2.2 Asiakkaan tarpeiden kartoitus

Kun asiakkaalle myydään palveluita ja tuotteita, tärkeä vaihe on kartoituskysymysten teko. Parhaiten toimivat avoimet kysymykset, sillä silloin asiakkaan täytyy vastata perusteellisemmin. Avoimet kysymykset alkavat esimerkiksi kysymyssanoilla kuten: mitä, kuinka tai miksi. Esimerkiksi: ”Mitä puhdistustuotetta käytätte kasvoillenne?” Kysymyksiä, joihin asiakas voi vastata vain yhdellä sanalla tulisi välttää. Ammattilaisen on hyvä miettiä valmiiksi, mitä täytyy saada selville ja miten kysyä kysymykset avoimin kysymyksin. Kartoitusvaiheessa usein tehdään jatkokysymyksiä jo saatujen vastausten pohjalta. Jatkokysymykset voivat myös olla johdattelevia, jolloin etsitään sellaisia vastauksia, joita halutaan saada. Liikaa johdattelamista on syytä välttää, jotta asiakas ei kokisi itseään manipuloiduksi. Ihmiset pitävät itseään kiinnostavien asioiden kertomisesta, joten yleensä kartoituskysymykset herättävät myönteistä vastakaikua. (Rowson 2009, 142-143; Vuorio 2015, 100-101.)

Tärkeää on, että tilanteessa pyritään vuorovaikutuskeskusteluun, jossa ammattilainen pysyy kiinnostavana, eikä ole ennalta arvattava robotti. Paras vuorovaikutuskeskustelu syntyy, kun tilanteessa keskustele ihminen ihmiselle, eikä myyjä asiakkaalle. Kaikki ihmiset eivät ole hyviä ilmaisemaan itseään ja eteen voi tulla tilanteita, joissa asiakas voi kuvitella kertoneensa mitä palveluja tai tuotteita hän tarvitsee, mutta asiakaspalvelija ei ymmärrä häntä. Asiakas ei välttämättä tiedä, miten selittää selkeästi omat tarpeensa ja sen selvittämiseksi tarvitaan ammattitaitoinen tulkinta asiakkaan mahdollisista oikeista tarpeista. Asiakkaan tulisi tuntea itsensä arvostetuksi sekä tärkeäksi yrityksen tuottaessa erinomaista asiakaspalvelua. Saadakseen asiakkaan tuntemaan itsensä tärkeäksi, hänet on saatava puhumaan ja avautumaan kysymällä oikeita kysymyksiä, ja niiden perusteella ymmärtää heidän todelliset tarpeensa. (Rowson 2009, 142-143; Vuorio 2015, 100-101.)

Riittävä asiantuntemus on avainasemassa, sillä asiakas haluaa asiantuntemusta oman ongelmansa ratkaisemiseen. Mikäli osaamista ei löydy, myöskään kauppaa ei synny. On kuitenkin olennaista, että tuotteesta kannattaa kertoa vain se, mitä asiakas haluaa kuulla. Tarkoitus ei ole peitellä mitään, mutta epäoleellisten asioiden kertominen voi tukehduttaa asiakkaan sen tuoteominaisuuksiin ja lopulta asiakas jättää sen ostamatta. Myydessä tuotetta tai palvelua tulee kertoa rehellisesti faktoja. Kun kartoitusvaihe on tehty oikein, voidaan asiakkaille suositella oikeita tuotteita ja kertoa tuotteesta juuri ne asiat, jotka kiinnostavat asiakasta. Kyse ei ole tuotteen myymisestä, vaan idean myymisestä asiakkaalle. Idealla tarkoitetaan niitä hyötyjä ja tarpeiden tyydytystä joita asiakas tuotteesta saa. Nimenomaan tuotteen hyödyn sekä

ominaisuuksien takia, jota se tarjoaa, tuote hankitaan. (Vuorio 2015, 101-102; Vuorio 2008, 68-70.)

#### 4.2.3 Vuorovaikutustaidot tärkeässä roolissa

Hernbergin (2013, 88-89.) mukaan rakennusaineita hyvään myymiseen ovat muun muassa: vuorovaikutus, asiantuntemus, auttaminen, yhteisen edun etsiminen, rakentava viestintä, proaktiivisuus sekä tavoitteellisuus. Näistä kauneudenhoitoalalla korostuu etenkin vuorovaikutustaidot. Hyvät vuorovaikutustaidot eivät tarkoita yltiösosiaalisuutta tai hyviä puheenlajoja. Olennaista on, että asiakasta osataan kuunnella ja havainnoida ja sitten hyödyntää havaintojaan.

Myyntitilanteessa, kosmetologi etsii asiakkaan puheesta ja eleistä signaaleja, joita hyödyntämällä voi johdatella myyntitilannetta molempien kannalta sopivaan lopputulokseen. Myynnistä vuorovaikutusta ei saavuteta tyrkyttämällä, jolloin myyjä yrittää sinnikkäällä painostuksella saada asiakkaan myöntymään johonkin sellaiseen, jota asiakas ei oikeasti tarvitse tai halua. Se ei ole manipulointia, jolloin myyjä pyrkii vaikuttamaan asiakkaan mielipiteisiin painostamalla, mielistelemällä, kaunistelemalla tai muuten epärehellisin keinoin. Hyvä ja terve vuorovaikutus on molemminpuolista viestintää, joissa molemmat osapuolet vaikuttavat tilanteen kehittymiseen, tähdäten molemminpuoliseen hyötyyn, eikä ainoastaan myyjän tai ostajan yksipuoliseen etuun. (Hernberg 2013, 88-89.)

#### 4.3 Ammattitaitoinen kauneudenhoitaja on luotettava

Tässä opinnäytetyössä luottamuksen tärkeyttä käsitellään kauneudenhoitoalan ammattilaisen näkökulmasta. Luottamus on ensisijaisesti kahden yksilön välinen asia, joskin sen puute voi ilmetä myös organisaatioiden, tiimien tai eri ryhmien sisällä. Kauneudenhoitoalan ammattilainen on luotettava ja tiedostaa vastuunsa laadukkaasta palvelu- ja hoitotyöstä. Luottamuksen ansaitakseen täytyy olla luottamuksen arvoinen. Luottamuksen arvoinen kosmetologi antaa asiakkaillensa totuuden mukaisia neuvoja kauneudenhoidossa. Rehellisillä neuvoilla asiakkaat tuntevat luottamuksen, joka johtaa asiakassuhteen syntymiseen sekä jatkuvuuteen. Ihmiset ovat taipuvaisia myös ostamaan henkilöiltä joihin he voivat luottaa. (Langley 2007, 40; Minustako kosmetologi 2016.)

Ensikohtaaminen on tärkeä hetki, sillä asiakassuhde lähtee rakentumaan sen hetken perusteella. Ensikohtaamisen aikana saattavat esille nousta myös eri osapuolten ennako-oletukset, asenteet, ristiriitaiset odotukset, motiivit sekä toiveet toista osapuolta ja yhteistyötä kohtaan. Alkavassa asiakassuhteessa tulee huomioida kaksi tärkeää asiaa. Ensiksi asiakkaan ja työntekijän välinen yhteistyösuhde tulee huomioida. Toiseksi on hyvä kiinnittää huomiota asiakkaan näkemyksiin lähtötilanteesta sekä arvioon siitä, minkälaista muutosta ja millä keinoin

sitä tavoitellaan. Luottamusta toisiin ihmisiin koetaan hyvin yksilöllisesti, eikä aina luottamuksellista suhdetta synny. Tähän voi olla syynä esimerkiksi asiakkaan aikaisempien kokemusten vuoksi varauksellisuus tai epäilevä asenne yhteistyötä kohtaan, sillä luottamuksen perustana ovat yksilön aikaisemmat kokemukset, ennakkoasenteet, toiminta- ja käyttäytymismallit sekä asiakkaan omat henkilökohtaiset arvot ja arvostukset. (Raatikainen 2015, 69-71.)

Luottamuksen rakentaminen on keskeisessä asemassa kestävän yhteistyön rakentamiseksi sekä ylläpitämiseksi. Luottamuksen rakentamisen alkuvaiheessa on kiinnitettävä huomiota siihen, miten asiakas otetaan vastaan kunnioittavasti, ystävällisesti sekä ajan kanssa. Työssä kohdataan monia erilaisia ihmisiä, joihin luottamus tulisi rakentaa. Ihmiset kaipaavat asiantuntijoiden apua ja ratkaisuja. Asiakkaalle on erityisen tärkeää, ettei hänen asiaansa pyritä vain nopeasti ratkaisemaan, vaan hänet kohdataan myös tunnetasolla. Usein asiakkaat kokevat luottavansa tiettyyn työntekijään ja siksi olisi hyvä huomioda asiakkaan toiveet asioida samalla kauneudenhoitajalla jatkossakin. Henkilökunnan jatkuva vaihtuminen voi osaltaan heikentää luottamusta, sillä silloin asiakas joutuu aloittamaan tutustumisen alusta. (Raatikainen 2015, 72; Selin & Selin 2013, 191-194.)

Luotettava ammattilainen ajattelee asiakkaitaan yksilöinä. Hän keskittyy asiakkaaseen täysin ja osoittaa asiakkaalle arvostusta. Luotetulla ammattilaisella pitää olla oikeat asenteet ja ajattelutavat. Näitä ovat muun muassa kyky keskittyä toiseen, hyvä itseluottamus, vahva itsetunto, uteliaisuus sekä avoin ammattimaisuus. Tässä ammatissa työssään viihtyy ja menestyy, kun keskittyy pääasiassa auttamaan asiakkaita heidän tarpeissaan ja ajattelee vähemmän omia päämääriä. On tärkeää asettaa asiakkaat itsensä edelle. Asiakkaat luottavat ammattilaisiin, jotka ovat kiinnostuneita hänestä. Kiinnostusta parhaiten osoittaa kuunteleminen ja kysely, jonka jälkeen oikeiden vastausten saaminen sekä tarjottujen tarkoituksenmukaisten vaihtoehtojen esittäminen. Vilpittömyys on ratkaisevan tärkeä ehto luottamuksessa. Toimiesamme vilpittömästi, asioilla on tapana mennä hyvin. (Lundberg & Töytäri 2010, 300-301; Maister, Green & Galford 2012, 83, 96.)

Asiakkaan ulkonäköä koskeva palvelutyö on haasteellista työtä ja vaativa liiketoiminnan ala. Haasteita tulee monesta suunnasta ja eräs näistä on se, että palvelun ostamiseen voi liittyä asiakkaan näkökulmasta riski. Mikäli kyse on esimerkiksi häämeikistä, riski on vielä suurempi, sillä tilaisuus on ainutkertainen ja henkilökohtaisella tasolla poikkeuksellinen. Epävarmuutta palvelun ostamiseen liittyen voi lisätä se, että palvelu kohdistuu omaan ulkonäköön. Kosmetologi voi rakentaa luottamuksen asiakkaaseen ja usein vähentääkseen palvelun ostoon liittyvää epävarmuutta, asiakas palaa useimmiten saman hoitajan luo. Näin kauneudenhoitoalan ammattilaisen sekä asiakkaan suhde voi kehittyä pitkäaikaiseksi, joka taas on liiketoiminnan jatkuvuuden kannalta kullannarvoista. (Muona 2015, 21-23.)

## 5 Alan kehitysnäkymät

### 5.1 Kauneudenhoitopalveluiden kysyntä

Tilastokeskuksen (2015) mukaan palveluiden kulutus yleisesti kaksi ja puolikertaistui vuonna 2012. Kotitalouksien hyödyntämät palvelut liittyvät pääosin vapaa- aikaan, järjestötoimintaan, liikenteeseen, tietoliikenteeseen, vakuutustoimintaan sekä terveydenhoitoon. Yksittäinen merkittävin palvelukulutuksen laji on ollut ravintola- ja kahvilapalveluiden kulutus. Suurin ryhmä on kaikkina tarkasteluvuosina ollut ”muut palvelut”, joka koostuu erilaisista palveluista, joista suurin yksittäinen erä ovat erilaiset yritysmaksut, ammatti- ja muiden järjestöjen jäsenmaksut sekä kirkollisverot. Tämän jälkeen suurimmat ryhmät ovat kauneudenhoitopalvelut sekä sosiaalipalvelut.

Kauneudenhoitoalan palveluilla on jatkuvaa kysyntää, joka myös ylläpitää alan työllisyyttä. Ihmiset haluavat panostaa ulkoiseen olemukseensa sekä hoitaa itseään. Nykypäivänä myös työelämässä edustavuuden korostuminen lisää palveluiden kysyntää. Alan palveluiden kysynnän uskotaan jatkavan kasvuaan tulevaisuudessa, sillä henkisen hyvinvoinnin sekä edustavuuden merkitys on kasvanut. Ihmiset ovat valmiita maksamaan hoidoista ja hemmottelusta. Yksi kauneudenhoitoalan kehitykseen vaikuttava tekijä on väestön ikääntyminen, joka vaikuttaa alan kehitykseen siten, että ikääntyneillä ihmisillä on enemmän tarvetta, halua sekä varallisuutta hyödyntää kauneudenhoitoalan palveluja. (Ammattinetti 2017; Mol 2017b.)

Myös elintason nousu on lisääntynyt ja halu panostaa omaan hyvinvointiin on saanut suomalaiset käyttämään enemmän rahaa itsestään huolehtimiseen. Suurten ikäluokkien maksukykyisyys on johtanut hyvinvointipalveluiden kysynnän kasvuun. Erityisesti kauneudenhoitoalan yritysten määrä lisääntyi kiihtyvällä tahdilla 2000-luvulla. Kauneudenhoitoalan palveluiden hyödyntäminen on hyvin vaihtelevaa eri vuodenaikoina ja esimerkiksi heinäkuu, lomakuukausi on erityisen hiljaista aikaa hoitoloissa. Myös alkuvuosi on vähemmän kysynnän aikaa. Kauneudenhoitoalan palveluiden käyttö kasaantuu keväälle sekä pikkujoulukauden ajalle loppuvuodelle. (Tilastokeskus 2006.)

### 5.2 Työllisyys

Kosmetologin ammatti houkuttelee monia ja viime vuosina kiinnostus on lisääntynyt ja nyt opiskelijamäärä on jatkuvassa kasvussa. Koulutusta on saatavilla monista julkisista oppilaitoksista sekä yksityisistä kouluista. Kauneudenhoitoalan aloituspaikkoja on eri oppilaitoksissa vuosittain jopa yli 1000, ja hakijoita niihin jopa 3000. Kuitenkin suosiosta huolimatta moni valmistunut kosmetologi ei jatka ammatissa. Opetushallituksesta arvioidaan, että jopa puolet kosmetologiksi valmistuneista vaihtaa alaa tai kouluttautuu lisää. (Kiseleff, 2015.)

Vuoteen 2020 on arvioitu, että kauneudenhoitoalalta valmistuvat sijoittuvat ensisijaisesti kauneudenhoitoalan työpaikkoihin (75%), jossa ennakoitaan avautuvan noin 450 uutta työpaikkaa vuosittain. Kauneudenhoitoalan perustutkinnon suorittaneiden oletetaan sijoittuvan myös kaupan alan tehtäviin (23%). Kauneudenhoitoala on suosittu ja siitä johtuen sen koulutustarjontaa on lisätty. Hakijoiden määrä on kolminkertaistunut viime vuosina. (Hanhijoki, Katajisto, Kimari & Savioja 2009.)

Kauneudenhoitoalalla työskentelee noin 15 000 ammattilaista, joista suurin osa yrittäjänä, joko ammatin- tai liikkeenharjoittajina. Vuokratuoliyrittäjyys sekä sopimusyrittäjyys toisen yrittäjän tiloissa sovitulla kiinteällä kuukausivuokralla tai tehdyistä palveluista saatua tiettyä prosenttiosuutta vastaan ovat yleisiä alalla. Uusia työpaikkoja sekä tilaisuuksia yritystoiminnalle syntyy lähinnä eläkkeelle jäämisten, sijaisuuksien tai uusien liikeketjujen avautumisten myötä. Ammattitaitoisille kauneudenhoitoalan ammattilaisille löytyy työtä myös tulevaisuudessa. Lähivuosina alalta jää eläkkeelle monia ammattilaisia, ja täten tarjoutuu työllistymismahdollisuuksia uusille alalle tuleville. Yritysten koot kasvavat ja kauneudenhoitoalan ketjuuntumiset ovat yleistyneet. Työllisyyttä parantaa myös se, että alan yritysten palvelut kattavat usein myös paljon eri kauneudenhoitoalan palveluja, kuten rakennekynsiä, ripsienpidenkyisiä sekä esimerkiksi suihkurusketuksia. Tämä johtaa asiakaskunnan laajenemiseen, joka taas lisää työn määrää. (Mol 2017b.)

Työllistymisessä auttaa erikoistuminen, ja kosmetologi voi erottua joukosta erikoistumalla esimerkiksi miehille tarkoitettuihin kauneudenhoitoalan palveluihin. Kosmetologi voi siis perustaa hoitolan joka on tarkoitettu vain miehille tai vaikka suuntautua vanhusten hoitamiseen palvelutaloissa ja hoitoyksiköissä. (Kiseleff 2015.)

### 5.3 Tulevaisuuden palvelut

Asiakkaiden vaatimukset kasvavat jatkuvasti ja tämän vuoksi palveluiden ja tuotteiden sekä asiakaspalvelun laatu ovat yrityksille tärkeämpiä tekijöitä kilpailijoita vastaan. Tuotteissa vaatimukset korostuvat ekologisesti ja eettisesti kestäviin valmistusmenetelmiin sekä tuotepakkauksiin. Luonnonkosmetiikan, reilun kaupan kosmetiikan ja lähiainesosien kysyntä on kasvussa. Alan perusosaaminen korostuu työelämässä jatkossakin, mutta kysyntä erikoisosaamiselle on kasvussa, kun yritysten palvelutarjonta laajenee jatkuvasti. Asiakaspalveluosaaminen, sosiaaliset taidot, liiketoimintaosaaminen, monikulttuurisuustaidot sekä kielitaito ovat myös tulevaisuuden osaamistarpeisiin kuuluvia. Myös alan käyttämän tekniikan tuntemus sekä tietotekniikan käyttötaidot korostuvat, sillä niitä hyödynnetään muun muassa asiakaspalvelussa, tiedonhaussa, markkinoinnissa, myynnissä sekä hankinnoissa. Jatkuva muotien, trendien sekä tuotekehityksen kansainvälinen seuraaminen on entistä tärkeämpää tulevaisuudessa. (Mol 2017b.)

Suuria tulevaisuuden kysymyksiä tulevat olemaan kuluttajien tietoisuus luonnonmukaisista tuotteista sekä väestön ikääntyminen ja eläkeiän nostamisesta johtuva työkyvyn ylläpitäminen entistä pidempään. Kuluttajien ympäristötietoisuus lisääntyy ja tämä tuo paineita tuottajalle entistä luonnonmukaisempien sekä tehokkaiden ratkaisujen kehittämiseen. Kemikaalien kehitys menee jatkuvasti eteenpäin ja kuluttajat ovat entistä tietoisempia kemikaalien vaaroista sekä itselle että luontoon. Yritysten tulisi kiinnittää huomiota pakkausmateriaalien kierrätykseen, työturvallisuuteen, energiatehokkuuteen, tuoteturvallisuuteen, eettisyyteen, palveluintensiivisyyteen, tasavertaisuuteen sekä hyvinvointiteknologian hyödyntämiseen, jolla saadaan luotua taloudellista tehokkuutta. (Meristö & Laitinen 2014, 15-16.)

Globalisaatio, luonnonvaroihin kohdistuva paine ja väestön ikääntyminen ovat tuomassa pitkän aikavälin haasteita maailman taloudelle. Yksi kilpailevimmista sekä dynaamisista aloista on kosmetiikan ja henkilökohtaisen hyvinvoinnin sektori, joka edistää Euroopan taloudellista kasvua tarjoamalla aineksia parantaa ihmisten elämää. Kuluttajien mieltymykset vähemmän synteettisiä sekä enemmän luonnollisia tuotteita kohtaan ovat kasvaneet ja luonnonkosmetiikkasektorilla on todettu lisääntyvää kasvua. Asiakkaiden toiveet nähdä välittömiä tuloksia ovat toteutuneet ja kuluttajat suosivat korkean teknologian innovatiivisia komponentteja selkeillä tuloksilla kuten ikääntyvän ihon hoitoja, jotka tänä päivänä tuovat oikeita tuloksia nopeasti. Miesten keskuudessa lisääntynyt ihonhoito sekä omasta henkilökohtaisesta hyvinvoinnista kosmeettisesti huolehtiminen on lisääntynyt ja tätä mukaa myös erityisesti miehille suunnattuja tuotteita saadaan lisää markkinoille. (Fleaga, Purcarea, Danalache & Fleaca 2015, 1-6.)

Nuorten naisten keskuudessa ulkonäön korjaaminen esteettisen kirurgian keinoin on yleistynyt. Kasvojen alueiden täyteaine- ja botuliinihoidot, kuten hyaluronihappo kiinnostavat erityisesti nuoria naisia. Erityisesti huulien ja poskipäiden täyttäminen on kasvattanut suosiotaan viime vuosia ja kysynnän uskotaan kasvavan. Plastiikkakirurgian erikoislääkäri huomauttaa, että vaikka pistoshoitojen riskit ovat leikkauksia pienemmät ja toipumisaika lyhyempi, ovat korjattavat asiat nuorilla naisilla usein vielä pieniä. Pistoshoitojen suosiota kasvattaa myös sen nopeus ja se onkin usein nopeampaa kuin kampaajalla käynti. Hoidot ovat tehokkaita ja koukuttavia, sillä aineiden vaikutus ei kestä ikuisesti. Asiantuntijat kertovat, että esteettisen kirurgian sekä pistoshoitojen suosio lisääntyy myös jatkossa Suomessa. (Sneck 2016.)

## 6 Metodologia

### 6.1 Määrällinen tutkimusmenetelmä ja E-lomake

Kvantitatiivisen, eli määrällisen tutkimuksen alkujuuret ovat luonnontieteissä ja sitä käytetään melko paljon sosiaali- ja yhteiskuntatieteissä. Siinä korostetaan yleispäteviä syyn ja



seurauksen lakeja. Tämä ajattelutapa on syntynyt loogiseksi positivismiksi nimitystä filosofisesta suuntauksesta, joka korosti kaiken tiedon olevan peräisin suorasta aistihavainnosta ja loogisesta päättelystä, joka perustuu näihin havaintoihin. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 139.)

Johtopäätökset aiemmista tutkimuksista, aiemmat teoriat, käsitteiden määrittely sekä koehenkilöiden tai tutkittavien henkilöiden valinta ovat keskeisiä kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Usein tutkimuksessa on määritelty tarkat koehenkilöt ja otantasuunnitelmat, josta määritellään perusjoukko, johon tulosten tulee päteä ja otetaan perusjoukosta otos. Määrällisessä tutkimuksessa muuttujat muodostetaan taulukkomuotoon ja aineisto saatetaan täten tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Päätelmiä tehdään tilastolliseen analysointiin perustuen. (Hirsjärvi ym. 2010, 140.)

Tutkimusmenetelmiksi tässä tutkimuksessa valikoituivat sekä kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä ja kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Tutkimuskohteena oli kauneudenhoitoalan yrittäjät Luksian jäsenkunnissa. Jäsenkuntiin kuuluvat: Hanko, Inkoo, Karkkila, Kirkkonummi, Lohja, Raasepori, Siuntio sekä Vihti. Luksian Toivonkadun toimipiste oli ollut yhteistyössä työn tutkimuskohderyhmän yrittäjien kanssa keväällä 2016, kun alkavaa kauneudenhoitoalan koulutusta suunniteltiin.

Kyselylomake on tavallisin aineiston keräämisen tapa, kun suoritetaan määrällistä tutkimusta. Kyselytutkimuksen etuna on se, että sen avulla saadaan kerättyä laaja tutkimusaineisto, sillä tutkimukseen voidaan saada paljon vastaajia. Sen avulla voidaan myös kysyä monia asioita. Kun kyselylomake on suunniteltu huolella, aineisto saadaan nopeasti kerättyä ja analysoitua. Tässä tutkimuksessa käytettiin verkkokyselyä. E-lomake lähetettiin tutkittaville, jotka sitten täyttivät sen verkossa. Lomakekyselyissä suurin ongelma on kato, sillä vastausprosentti voi jäädä alhaiseksi, mutta aiheen ollessa kohderyhmälle tärkeä, voidaan odottaa korkeampaa vastausprosenttia. Vastaamatta jättäneitä muistutetaan ja lomaketta karhutaan, eli se lähetetään uudelleen pyrkimyksenä saada lisää vastauksia. Täten vastausprosentti voidaan saada nousemaan 70-80 prosenttiin. (Hirsjärvi ym. 2010, 193-196.)

Kyselylomake valikoitui aineiston keräämisen tavaksi, sillä sen avulla voidaan lähestyä mahdollisimman montaa kauneudenhoitoalan yrittäjää helposti. Kyselylomake suunniteltiin ja tehtiin Laurean omalle e-lomake pohjalle. Tässä tutkimuksessa e-lomake suunniteltiin kauneudenhoitoalan ammattilaisille, jotka toimivat yrittäjinä. Kyselyllä pyrittiin selvittämään alan ammattilaisten odotuksia Luksiasta valmistuville kauneudenhoitajille. Lisäksi kyselyn avulla pyrittiin selvittämään minkälaiset palvelut painottuvat tulevaisuudessa.

## 6.2 Laadullinen tutkimusmenetelmä sekä teemahaastattelu

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Siihen sisältyy ajatus siitä, että todellisuus on moninainen. Tutkimusta tehdessä on otettava kuitenkin huomioon, että todellisuutta ei voi pirstoa mielivaltaisesti osiin. Laadullisessa tutkimuksessa kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja tutkimuksen tavoitteena on tavoittaa ihmisen omat kuvaukset koetusta todellisuudesta. Kuvausten oletetaan sisältävän asioita, joita ihminen pitää itselleen elämässään merkityksellisinä ja tärkeinä. Tutkimukseen sisältyy aina kysymys siitä mitä merkityksiä tutkimuksessa tutkitaan. Kysymys edellyttää tutkimuksen tekijältä täsmentämistä siitä, tutkitaanko kokemuksiin vai käsitteisiin liittyviä merkityksiä. (Hirsjärvi ym. 2010, 161; Vilkkä, 2015, 118.)

Kvalitatiivinen tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, jossa aineisto kootaan luonnollisissa ja todellisissa tilanteissa. Siinä suositetaan ihmistä tiedon keruun instrumenttina, jolle perustana on näkemys, että ihminen on riittävän joustava sopeutumaan erilaisiin ja vaihteleviin tilanteisiin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään paljastamaan odottamattomia seikkoja ja sen vuoksi lähtökohtana ei ole teorian testaaminen vaan aineiston monitahoinen sekä yksityiskohtainen tarkastelu. (Hirsjärvi ym. 2010, 164.)

Laadullista tutkimusta tehdessä ei voida laatia yksityiskohtaisia kysymyksiä. Mikäli se olisi mahdollista, kyseessä ei olisi enää laadullinen tutkimus vaan kvantitatiivinen tutkimus. Laadullinen tutkimus tutkii yksittäistä tapausta, eikä sen tutkimustulosta voida yleistää, sillä se pätee vain tutkimuskohteen osalta. Laadullinen tutkimus pyrkii ymmärtämään, kun taas määrällinen tutkimus yleistämään. Se pyrkii ymmärtämään ilmiötä, selittämään sen koostumusta, tekijöitä sekä niiden välisiä suhteita. (Kananen 2014, 16-17, 25-26.)

Laadullisessa tutkimuksessa käytetään harkinnanvaraista otosta. Näitä ovat esimerkiksi lumipallo-otanta, jossa tutkijalla on aluksi joku avainhenkilö, joka johdattaa hänet toisen informantin luokse sekä eliittiotanta, jonka perusteella informanteiksi valitaan sellaisia henkilöitä, joilta uskotaan saatavan parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2017.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa tarvitaan juuri sen verran, kuin aiheen ja asetetun tutkimustehtävän kannalta on välttämätöntä. Kun uudet tapaukset eivät tuo uutta tietoa tutkimusongelman kannalta, on järkevää ajatella aineistoa olevan tarpeeksi, tätä kutsutaan kylläntymiseksi eli saturaatioksi. Käsitteen voidaan ajatella olevan yhteydessä tulosten yleistettävyyteen. Pienestäkin aineistosta voidaan tehdä yleisempiä kuin vain kyseistä aineistoa koskevia päätelmiä, kun aineisto alkaa toistaa itseään. Kylläntymispisteen saavuttaminen on käytännöllinen tapa rajata tutkimusaineiston määrää. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2017.)

Tähän suoritettavaan tutkimukseen toiseksi tutkintamenetelmäksi valikoitui teemahaastattelu, jonka avulla pyrittiin saamaan vielä syvällisempää tietoa tutkimuksen kohderyhmältä. Ennen haastatteluita suoritettiin kysely e-lomakkeella ja kyselystä saatuja vastauksia haluttiin vielä täsmentää ja avata syvällisemmin teemahaastattelun kautta. Teemahaastattelu on keskustelunomainen haastattelutilanne, joka ei etene tarkkojen, yksityiskohtaisten kysymysten perusteella, vaan kohdentuu ennalta suunniteltuihin teemoihin. Se on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto. Haastattelun aihepiirit ja teemat ovat kaikille haastateltaville samoja, vaikka aiheissa liikutaankin joustavasti ilman tarkasti suunniteltua etenemisreittiä. Ennalta päätetyt haastatteluteemat käydään läpi kaikkien haastateltavien kanssa, tosin ei välttämättä yhtä laajasti tai samassa järjestyksessä. Ihmisten tulkinnat ja heidän merkityksenantonsa pyritään huomioimaan. Teemahaastattelu on sopiva haastattelumuoto silloin, kun halutaan tietoa vielä vähemmän tunnetuista asioista tai ilmiöistä. (Hirsjärvi ym. 2010, 208; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2017.)

Laadullisessa tutkimuksessa kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisotoksen menetelmää käyttäen. Haastateltavien valinnassa on tärkeää muistaa, mitä ollaan tutkimassa. Tutkimusongelmasta riippuen haastateltavat valitaan joko teemaa tai tutkittavaa asiaa koskevan asiantuntemuksensa tai kokemuksensa perusteella. Tutkittaviksi tulee valita sellaisia ihmisiä, keneltä uskotaan saavan parhaiten aineistoa kiinnostuksen kohteena olevasta asiasta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2017; Vilkkä 2015, 135.)

Tässä tutkimuksessa otos valikoitui harkitusti siten, että osaa Luksian jäsenkuntien kauneudenhoitoalan yrittäjistä lähestyttiin e-lomakkeen lisäksi haastatteluin. Kirjoittaja valikoi Lohja- Vihti akselilta yrittäjiä, joihin olisi yhteydessä teemahaastatteluita koskien. Haastattelut suoritettaisiin hoitolassa paikanpäällä.

### 6.3 Tutkimuksen toteutus

Opinnäytetyön kirjoittaminen aloitettiin tammikuussa 2017. Tietoperustaosuus kirjoitettiin tammi-helmikuun aikana. Tietoperusta koottiin kattavasti eri lähteistä, jotta saataisiin mahdollisimman todenmukaista tietoperustaa ammattilaisten odotuksista työelämässä. Varsinainen tutkimusosuus aloitettiin maaliskuussa 2017.

Tutkimus oli tarkoitus toteuttaa kahdessa vaiheessa. Tutkimuskohteena työssä olivat Luksian jäsenkuntien kauneudenhoitoalan yrittäjät. Yrittäjiä lähestyttiin ensin määrällisen tutkimusmenetelmän keinolla, e-lomakkeella ja tämän jälkeen osaan Luksian jäsenkuntien kauneudenhoitoalan yrittäjistä oli tarkoitus olla yhteydessä laadullisen tutkimuksen, teemahaastattelun muodossa.

Tutkimusmenetelmänä tässä määrällisessä tutkimuksessa käytettiin kyselylomaketta. Kyselylomakkeen muodoksi valikoitui verkkokysely, sillä se on nopea ja kätevä lähettää tutkimuskohteelle, joka tässä opinnäytetyössä koostui kahdestakymmenestä kahdeksasta kauneudenhoitoalan yrittäjästä. Opinnäytetyön kirjoittaja suunnitteli kyselylomakkeen työn tietoperustan pohjalta. Kyselyn alkuun laitettiin muutama taustakysymys koskien muun muassa yrittäjän omaa koulutustaustaa, yrittäjäyysvuosia sekä ikää. Varsinainen osuus tutkimuksessa käsitteli ammattilaisten odotuksia, sekä avoimia kysymyksiä. Yrittäjien tuli määritellä kolmesta eri väittämää tärkeysjärjestykseen siten, että tärkein väittämä numeroitiin ensimmäiseksi. Väittämät koskivat asiakaspalveluosaamista, rohkeutta asiakaskohtauksissa, myyntiä, tuotetietoutta sekä muita jokapäiväisiä kauneudenhoitajan työelämän vaateita. Viimeinen vaihe kyselylomakkeessa oli avoimet kysymykset, joilla pyrittiin saamaan vielä syvällisempää tietoa muun muassa tulevaisuuden osaamisen tarpeista, erikoisosaamisen tärkeydestä sekä tulevaisuuden palveluista.

Odotuksia, jotka yrittäjät asettivat tärkeysjärjestykseen, oli kolmesta. Ensimmäiset kolme olivat koottu tietoperustan asiakaspalveluosaudesta. Ne koskivat asiakaspalveluosaamista, asiakkaan kuuntelua sekä vuorovaikutustaitoja. Seuraavat odotukset olivat koottu kappaleesta myyntityö osana kauneudenhoitoa. Näitä olivat muun muassa kyky kartoittaa asiakkaan todelliset tarpeet, taito valita sekä myydä asiakkaalle oikea tuote ja palvelu, rohkeus asiakaspalvelutilanteissa. Myös tuotetietous sekä oikeiden kotihoitotuotteiden valitseminen kuuluivat myynnillisiin odotuksiin. Viimeiset odotukset olivat koottu tietoperustassa käsitelystä aiheesta luottamus. Nämä olivat totuudenmukaisten ihonhoitoneuvojen antaminen, luottamuksen herättäminen työskennellessä sekä yksilöllisen palvelun tuottaminen asiakkaalle.

Avoimet kysymykset olivat koottu muun muassa koskien tulevaisuuden osaamistarpeista, sekä erikoisosaamistarpeista. Nämä liittyivät kappaleeseen joka käsitteli kauneudenhoitoalan palveluiden kysyntää. Tulevaisuuden palveluita käsittelevä kysymys oli poimittu tietoperustan viimeisestä kappaleesta, joka käsitteli kauneudenhoitoalan tulevaisuuden palveluita.

Yhteensä e-lomake sisälsi 20 kohtaa ja siihen vastaaminen veisi enintään 15-20 minuuttia. Tähän päädyttiin lomaketta testaamalla. Kyselylomake esiteltiin pienelle ryhmälle 23.2.2017, jonka jälkeen sitä muutettiin selkeämmäksi, sekä vastaustapa muutettiin tärkeysjärjestyksen määrittelyksi. Muutos tehtiin, jotta vastauksista saataisiin mahdollisimman paljon irti. Mikäli yrittäjät olisivat vain määritelleet kokevansa kaikki väittämät tärkeiksi, ei aineistoa olisi pystytty käsittelemään tarpeeksi hyvin, jotta sieltä olisi voitu löytää tärkeimmät odotukset.

Tutkimuksen perusjoukko koostui kahdestakymmenestä kahdeksasta Luksian jäsenkuntien kauneudenhoitoalan yrittäjistä. Yrittäjät, joille kyselylomake lähetettiin olivat eri puolilta Luksian jäsenkuntia eli Lohjan, Vihdin, Inkoon, Karkkilan, Hangon, Raaseporin sekä Siuntion seuduilta. Otos tehtiin Luksiasta saatujen sähköpostiosoitteiden perusteella. Otos koostui seitsemästä yrittäjästä Vihdin ja Nummelan alueella, yhdestätoista Lohjan alueella, neljästä Kirkkonummen alueella, kahdesta Karjaan sekä Karkkilan alueilta sekä yksistä yrittäjästä Inkoosta ja Hangosta.

Kyselylomake lähetettiin kahdellekymmenelle kahdeksalle Luksian jäsenkuntien kauneudenhoitoalan yrittäjälle sähköpostitse maaliskuussa 8.3.2017. Yrittäjien sähköpostiositteet olivat tiedoista, jotka opinnäytetyön kirjoittaja oli saanut Luksian henkilökunnalta itselleen työtä aloittaessaan. Nämä sähköpostiositteet Luksian henkilökunta oli kerännyt kauneudenhoitoalan peruskoulutusta kehittäessä keväällä 2016. Kyselyn yhteydessä lähetettiin saatekirje, jolla pyrittiin motivoimaan vastaajia osallistumaan kyselyyn. Saatekirje on liitteenä opinnäytetyön lopussa (Liite 1).

Vastausaikaa kyselylomakkeeseen asetettiin kaksi ja puoli viikkoa. Lomakkeen ensimmäisestä lähetyksestä seuraavalla viikolla aineiston keräämiseen saatiin apua toimeksiantajalta. Kyselylomaketta karhuttiin toimeksiantajan toimesta ja se lähetettiin Luksian sähköpostiositteesta uudelleen yrittäjille. Ennen tätä vaihetta, vastauksia oli tullut vasta kaksi. Kyselyn lähettäminen toimeksiantajan toimesta sai muutaman vastauksen lisää, mutta yhä vastausprosentti jäi todella alhaiseksi. Lomaketta karhuttiin vielä kyselylomakkeen sulkeutumisviikolla kolmannen kerran ja jälleen opinnäytetyön kirjoittajan toimesta.

Ensimmäisen lähetyskerran jälkeen (8.3.2017) vastauksia saatiin vain kaksi. Tämän jälkeen kirjoittaja oli yhteydessä Luksiaan siitä, voisivatko he välittää kyselylomakkeen yrittäjille uudelleen, jotta saataisiin enemmän tuloksia. Luksian allekirjoittaessa kyselylomakkeen, voisivat yrittäjät motivoitua vastaamaan paremmin. Toimeksiantaja välitti kyselylomakkeen yrittäjille uudelleen 17.3.2017, jonka seurauksena saatiin kolme uutta vastausta. Viimeinen karhuaminen tapahtui kirjoittajan toimesta 23.3.2017 ja kyselylomakkeen sulkeutumispäivä oli 26.3.2017. Tämän viimeisen karhuamisen seurauksena vastauksia saatiin kaksi. Vastausprosentti jäi alhaiseksi useista karhuamisista huolimatta. Kyselylomake lähetettiin 28 Luksian jäsenkuntien yrittäjälle, joista vain seitsemän vastasi siihen. Näistä seitsemästä vastauksesta kaksi oli hylättävä, sillä kyselylomakkeen täyttäneet kaksi yrittäjää eivät olleet ymmärtäneet tärkeysjärjestysväitteiden vastaustapaa ja vastaukset oltiin numeroitu väärin. Näitä lomakkeita ei voitaisi siis käsitellä analysointivaiheessa.

Työhön oli tarkoitus tehdä laadullinen osuus teemahaastatteluineen, joka kuitenkin todettiin mahdottomaksi. Teemahaastattelun teemat suunniteltiin valmiiksi tietoperustan sekä kyselylomakkeen pohjalta. Lopullisiin teemoihin päädyttiin, kun kyselylomakkeen vastausaika umpeutui. Täten voitiin poimia vastauksista kohtia, joista haluttaisiin saada vielä syvällisempää tietoa. Opinnäytetyön kirjoittaja otti yhteyttä Länsi-Uudellamaalla toimiviin kauneushoitoalan yrittäjiin puhelimitse tarkoituksenaan pyytää noin kahdeksaa jo aikaisemmin kyselylomakkeen saanutta yrittäjää haastateltavaksi. Opinnäytetyön tekijä sopisi yrittäjän kanssa ajan mahdolliselle haastattelulle suoritettavaksi kauneushoitolan tiloissa. Haastattelut olisi toteutettu noin kahdenkymmenen minuutin mittaisena teemahaastatteluna.

Kyselylomakkeen sulkeutumisen jälkeisellä viikolla maanantaina 27.3.2017 oli tarkoitus aloittaa haastatteluiden sopiminen. Opinnäytetyön tekijä oli puhelimitse yhteydessä seitsemään kauneushoitoalan yritykseen, joista jokaisesta, paitsi yhdestä tuli kieltävä vastaus. Koska työn toimeksiantaja ei halunnut osallistua matkakulujen korvauksiin, olisi haastattelut suoritettu vain Lohja-Vihti akselilla. Tässä vaiheessa kieltävien vastausten perusteella haastattelut päätettiin jättää toteuttamatta. Mikäli haastattelu olisi suoritettu vain yhdessä kauneushoitolassa, ei sillä olisi ollut mitään arvoa työlle tutkimuksen luotettavuuden kannalta. Täten haastatteluosuus karsittiin työstä kokonaan.

Kyselylomakkeesta saatujen vastausten vähäisestä määrästä johtuen, tämän määrällisen opinnäytetyön tulokset päätettiin purkaa kuitenkin laadullisin menetelmin. Täten vain viittä hyväksyttyä vastausta voidaan käsitellä paremmin tutkimustuloksina. Tulokset päätettiin purkaa laadullisen menetelmän tavoin aineiston monitahoisen sekä yksityiskohtaisen tarkastelun mahdollistamiseksi.

#### 6.4 Luotettavuus

Tutkimuksen tuloksia ei voida pitää luotettavina, eli reliaabelina, sillä vastausprosentti jäi todella alhaiseksi. Vastausprosentin tulisi olla vähintään 70-80 prosenttia, jotta vastauksia voitaisiin pitää jokseenkin yleistettävänä. Vastauksia olisi pitänyt saada noin kaksikymmentä kahdestakymmenestä kahdeksasta, jotta tämän määrällisen tutkimuksen tuloksia voitaisiin pitää jokseenkin luotettavina. Tässä tutkimuksessa hyväksyttäviä vastauksia saatiin vain 5, sillä kaksi vastausta jouduttiin hylkäämään väärän vastaustavan perusteella.

Tutkimuksen validius tarkoittaa mittarin sekä tutkimuksen kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksessa on ollut tarkoitus mitata. Kyselylomakkeen kysymykset oli pääsääntöisesti, kahta yrittäjää lukuunottamatta ymmärretty oikein ja vastauksia oli saatu juuri oikeisiin aiheisiin liittyen. Määrällisessä sekä laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen validiutta eli pätevyyttä voidaan tarkentaa käyttämällä tutkimuksessa useita menetelmiä. Tutkimus oli tarkoitus toteuttaa kahdella eri menetelmällä, jotta siihen saataisiin mahdollisimman paljon

tietoa siitä, mitä tulevaisuuden kauneushoidon ammattilaisilta odotetaan, sekä minkälaiset palvelut painottuvat tulevaisuudessa. Opinnäytetyön luotettavuus olisi ollut parempi, mikäli vastaajista yli kaksikymmentä olisi saatu motivoitua vastaamaan kyselylomakkeeseen. Tällöin voitaisiin yleistää sitä, mitä Luksian jäsenkuntien kauneushoitoalan yrittäjät odottavat valmistuvilta kauneushoitaajilta. (Hirsjärvi ym. 2010, 231-233.)

## 7 Tutkimuksen tulokset

Opinnäytetyön tutkimustulokset kootaan kyselylomakkeella saatujen vastausten perusteella. Kyselyyn vastanneet olivat iältään 35-44 vuotiaita sekä 45-55 vuotiaita. Vain yksi vastaajista oli 25-34 vuotias. Tutkimustuloksia lähdettiin analysoimaan sen perusteella, olisivatko eri ikäryhmiin kuuluneet vastaajat vastanneet tärkeysjärjestys- osioon eri tavalla, jotta näitä voitaisiin vertailla keskenään. Mitään eroa ikäryhmien välillä ei kuitenkaan vastauksista voitu huomata, vaan iästä riippumatta vastaukset olivat suhteellisen lähellä toisiaan. Kaikki kyselylomakkeeseen vastanneista olivat ammatiltaan kosmetologeja. Kauneushoitoalan yrittäjien tuli järjestää 13 väittämää tärkeysjärjestykseen, ja tärkein eli odotetuin merkittäisiin numeroituna ensimmäiseksi ja niin edelleen. Vähiten odotetuin vastavalmistuneen ominaisuus merkittäisiin siis numerolla kolmetoista.

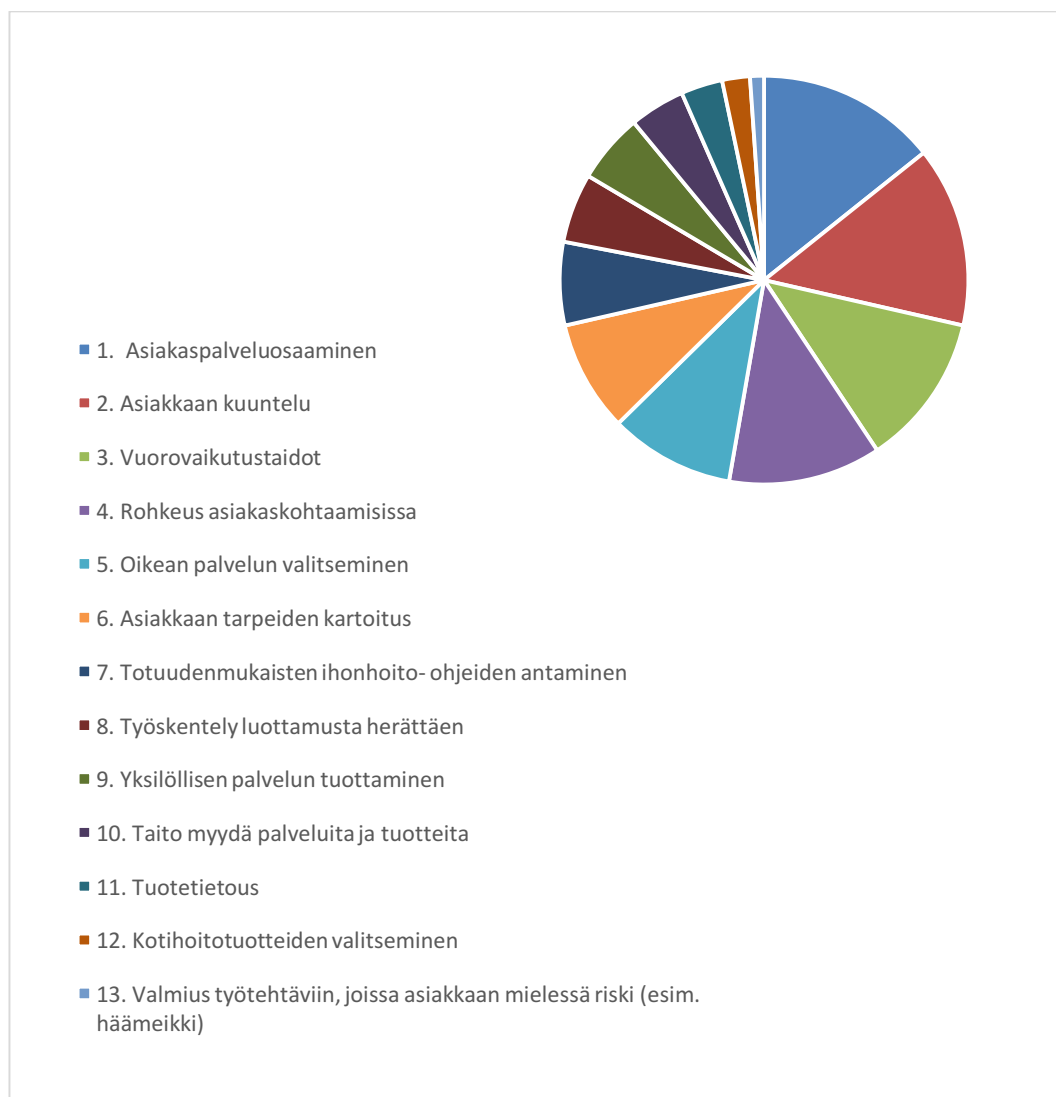
Lähes kaikkien vastaajien mielestä tulevan ammattilaisen tärkein heidän odottamansa ominaisuus valmistuttuaan on hyvä asiakaspalveluosaaminen. Myös rohkeus asiakaskohtaamisissa sekä oikean palvelun valitseminen asiakkaalle olivat osasta vastaajia niitä tärkeimpiä ominaisuuksia kauneushoitaajalle. Asiakaspalveluosaaminen osottautui siis ehdottomasti odotetuimmaksi ominaisuudeksi, sillä kaikkien vastaajien kesken asiakaspalveluun liittyvät ominaisuudet olivat tärkeimpiä odotuksia vastavalmistuneelle kauneushoitaajalle.

Heti näiden jälkeen seuraavina odotuksina ilmeni asiakkaan kuuntelun tärkeys, asiakkaan tarpeiden oikeanlainen kartoittaminen eli asiakkaan todellisen tarpeen tuotetta tai palvelua kohtaan tunnistamisen. Yksittäinen yrittäjä oli asettanut taidon kartoittaa asiakkaan tarpeet vähemmän tärkeäksi ja taas vastaavasti hän koki tärkeämmäksi asiakkaan kuuntelun sekä totuudenmukaisten kauneushoitoon liittyvien neuvojen antamisen. Myös vuorovaikutustaidot koettiin tärkeiksi, ja ne oli numeroitu vastauksissa kärkipäähän lähelle odotetuimpia ominaisuuksia. Vuorovaikutustaidot vaikuttavat vahvasti hyvään asiakaspalveluosaamiseen.

Tässä vaiheessa on hyvä täsmentää, että työssä haluttiin saada selville, mitä alan ammattilaiset odottavat tulevilta kauneushoitoalan ammattilaisilta eniten. Väitteistä kaikki ovat olennaisia osia ammattilaisen työelämää kauneushoidossa, mutta työn tarkoituksena oli selvittää, minkälaisia odotuksia kauneushoitaajilla on tuoreille kauneushoitaajille. Odotukset

koskevat siis ominaisuuksia, joita kauneudenhoitoalan yrittäjät odottavat valmistuvien kauneudenhoitajien jo osaavan hyvin heidän siirtyessä työelämään. Kyselylomakkeen pohjalta saatujen vastausten perusteella odotuksissa vähiten tärkeimpiä ominaisuuksia ei pidä vähätellä, vaan näitä ammattilaiset eivät pidä tärkeimpinä odotuksina sekä osaamisvaatimuksina juuri uusille alalle tulijoille.

Vastauksissa asteikolla 1-13 puoleessa välissä odotetuimpia ominaisuuksia vähemmän odotetuiksi oli asetettu kauneudenhoitajan taidot osata myydä palveluita ja tuotteita, herättää luottamusta asiakkaassa sekä asiakkaan yksilöllinen palvelu. Vähiten odotetuiksi ominaisuuksiksi alan ammattilaiset olivat asettaneet muun muassa tuotetietouden, oikeiden kotihoitotuotteiden valitsemisen sekä valmistuneen kosmetologin valmiuden suorittaa hoitotilanteita joihin liittyy asiakkaan mielessä riski. Edellämainittuja tilanteita ovat esimerkiksi hää- ja tai juhlemeikit. Näiden osaamista ei siis yrittäjien mielestä vielä valmistumisen jälkeen vaadita.



Kuvio 5: Ammattilaisten odotukset



Kuviossa 5 kuvataan suuntaa antavasti ammattilaisten odotuksia siten, mitkä ominaisuudet ovat odotetuimpia tuoreelle kauneudenhoitajalle. Kuviolla voidaan havainnollistaa se, että asiakaspalveluosaamiseen liittyvät ominaisuudet ovat odotetuimpia. Asiakaspalveluosaaminen, asiakkaan kuuntelu sekä vuorovaikutustaidot ja rohkeus asiakaskohtauksissa ovat alan ammattilaisten odotuksissa tärkeimpinä.

Tärkeänä osana kyselylomakkeessa olivat avoimet kysymykset, joilla pyrittiin saamaan syvällisempää tietoa ammattilaisten odotuksista sekä tulevaisuuden palveluista. Nämä olivat tutkimuksen kannalta tärkeitä kysymyksiä ja mahdollisuuksia saada paljon tietoa yrittäjien odotuksista. Lisäksi alan ammattilaiset seuraavat jatkuvasti alan kehittymistä ja heillä on siksi tietoa uusimmista hoitomenetelmistä sekä hoidoista.

Selvitettäessä tulevaisuuden osaamistarpeita vastauksissa näkyi edelleen asiakaspalvelun tärkeys. Asiakkaan, eli toisen ihmisen huomioon ottaminen ja aito halu palvella asiakkaita tuli vahvasti esiin vastauksesta. Myös kestävien asiakassuhteiden rakentamisen tärkeys oli nostettu esiin tämän kysymyksen kohdalla. Kilpailu on kovaa ja asiakkaat vaihtavat nykyään palveluntarjoajaa kevyemmin perusteiden kuin ennen. Täten kestävien asiakassuhteiden rakentaminen on tärkeä pohja menestyvälle kauneushoitolalle. Vastauksista nousi esille, että tärkeässä roolissa on ihon hoitaminen käsin, yksilöllisesti sekä asiakkaalle rauhallisen tunteen luoden. Myös sosiaaliset taidot ovat tärkeä osaamistarve tänä päivänä.

Tulevaisuuden erikoisosaamista kartottaessa vastauksista nousi vahvasti esiin laitehoitojen sekä erikoishoitojen osaaminen. Nykyaikaisten uusien laitteiden osaamista pidettiin tärkeänä. Myös perusosaamisen tärkeyttä painotettiin. Sen tulisi olla kunnossa siirtyessä työelämään. Nykypäivänä yleistyneitä hoitoja ovat muun muassa sokerointi, pistoshoidot sekä jalkojen hoidon tärkeys terveyden kannalta. Näiden osaaminen on siis tuoreelle ammattilaiselle odotuksena.

Yhtenä kysymyksistä kartoitettiin sitä, vastaako kauneudenhoitoalan koulutus ammattilaisten mielestä työelämän tämänhetkisiä vaateita. Lähes jokaisessa vastauksessa ilmeni, että koulutus olisi liian vaisu, eikä opettaisi tarpeeksi valmiuksia työelämään. Vastauksissa oli mainittu muun muassa se, että koulutus olisi liian lyhyt, kun pohditaan kaikkea sitä mitä sen aikana tulisi oppia perusteellisesti. Vastaajien mukaan työharjoitteluun tulee usein oppilaita, jotka eivät todellisuudessa osaa vielä juurikaan mitään. Yrittäjien vastausten perusteella kouluissa opetetaan jo vanhoja laitteita, joita ei työelämässä enää hyödynnetä, eikä niitä tarvitsisi opettaa enää koulussa.

“On liian vaisu, työelämä vasta opettaa.” (Kauneudenhoitoalan yrittäjä a.)

“Koulutus heikentynyt, oppilaat osaavat työssäoppimiseen tullessaan aina vaan vähemmän. Ei uskalla ottaa kohta, kun ei kerkeä opettaa itse muun työn ohessa.” (Kauneudenhoitoalan yrittäjä b.)

“Koulussa käytetään/opetetaan vanhoja laitteita joita ei oikeassa työelämässä enää ole.” (Kauneudenhoitoalan yrittäjä c.)

Tässä tulee kuitenkin huomioida se tosiasia, että Luksia on aloittanut kauneudenhoitoalan koulutuksensa vasta syksyllä 2016, joten he eivät ole lähettäneet vielä ketään työssäoppimisjaksolle. Myöskään varsinaisesti Luksian opettamista laitteista ei voida tehdä vastaavia päätelmiä. Kysymykseen tulleet vastaukset pohjautuvat siis yrittäjien kokemuksiin muiden oppilaitosten oppilaiden työssäoppimisjaksoihin.

Toiseksi viimeisenä avoimena kysymyksenä haluttiin selvittää, mitä työelämän vaatimuksia yrittäjien mielestä pitäisi ottaa enemmän huomioon koulutuksessa. Tässä yrittäjät painottivat jälleen asiakaspalveluosaamista. Nykypäivän asiakkaat ovat vaativia ja hyvin tietoisia kauneudenhoitoalan palveluista, joten huolellisuutta ja tarkkuutta tulisi opettaa koulun harjoitteluissa. Myös yrittäjyyden painottamista nostettiin esiin vastauksissa. Tänä päivänä iso osa kauneudenhoitoalan työpaikoista on toimia yrittäjänä, joten yrittäjyysopintoja tulisi heidän mielestä olla enemmän.

Viimeisellä kysymyksellä yrittäjiltä pyrittiin selvittämään minkälaiset palvelut painottuvat tulevaisuudessa. Vastauksissa nousi selvästi esiin näkyviä tuloksia antavat hoidot, kuten medikaaliset hoidot sekä pistoshoidot. Uudet laitteet laitehoidoissa sekä täyteaineiden laitto ovat kasvavassa kysynnässä tänä päivänä. Myös luonnonmukaisuus on uusi trendi ja toiset ihmiset haluavat näkyviä tuloksia tuovien hoitojen sijasta mahdollisimman luonnonmukaisia hoitoja. Hyvinvointi, terveys, ja yksilöllisyys korostuvat tulevaisuuden palveluissa.

## 8 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä odotuksia alan ammattilaisilla on Luksiasta valmistuville tuoreille kauneudenhoitoalan ammattilaisille. Lisäksi työssä pyrittiin selvittämään mitkä kauneudenhoitoalan palvelut painottuvat tulevaisuudessa. Tutkimuksessa haluttiin selvittää, mitä kauneudenhoitoalan ammattilaiset odottavat Luksiasta valmistuvilta kauneudenhoitajilta.

Tutkimustuloksista tehtävät johtopäätökset on koottu kyselylomakkeesta saatujen vastausten perusteella. Selviä johtopäätöksiä ei voida kuitenkaan tehdä, sillä tutkimuksessa kyselylomakkeella saatiin vastauksia niin vähän. Tutkimustuloksia ei voida pitää luotettavina, sillä ne on koottu viiden alan ammattilaisen näkemyksistä sekä odotuksista tulevia kauneudenhoitajia kohtaan. Kuitenkin jotain johtopäätöksiä tuloksista voidaan tehdä. Jokaisen vastaajan mielestä asiakaspalveluun liittyvät ominaisuudet olivat tärkeimmässä roolissa odotuksissa,

mikä heijastuu varmasti siitä, että kauneudenhoitaja on ensisijaisesti asiakaspalvelija. Työssään hän on todella lähellä asiakasta. Kauneudenhoitajan on osattava olla luonnollinen hoitaessaan asiakkaan ihoa. Se voi joskus olla asiakkaalle hyvinkin vierasta, luonnotonta ja jopa joissain tapauksissa epämiellyttävää. Tähän liittyen myös vuorovaikutustaitojen tärkeys oli odotuksissa korostettuna tärkeysjärjestyksen yläpäässä. Oikeanlainen kommunikointi asiakkaan kanssa on tärkeässä roolissa asiakassuhteen luomisessa sekä siinä, että asiakkaalle saadaan luotua turvallinen tunne hoitotilanteessa.

Kirjoittajan omien kokemusten pohjalta voisi sanoa, että vasta työelämä opettaa. On täysin erilaista työskennellä koulun hoitolan asiakaspalvelussa, kuin oikeassa hoitolassa asiakkaiden parissa. Kauneudenhoitolassa oppii jatkuvasti uutta muilta, jo kokeneempia työkavereita seuraamalla ja kuuntelemalla. Näistä tilanteista uusi kauneudenhoitaja voi oppia esimerkiksi tuotteiden ja palveluiden myynnistä enemmän. Vaikka sitä opetetaan koulussa, on aina hoitoloissa uudet tuotteet, palvelut sekä hoitolan omat arvot asiakkaan yksilöllisen palvelun saavuttamiseksi. Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan olettaa, että koska viimeisimpinä odotuksina olivat juurikin tuotetietous mukaan lukien oikeiden kotituotteiden valinta, ovat nämä myös yrittäjistä sellaisia ominaisuuksia, jotka opitaan vasta työpaikalla.

Avoimilla kysymyksillä saatiin syvällisempää tietoa tulevaisuuden työelämän tarpeista. Asiakaspalveluosaamisen tärkeys odotetuimpana ominaisuutena ei yllättänyt, sillä asiakaspalvelu on olennaisin osa työssä, jossa ollaan niin lähellä ihmistä kuin kauneudenhoitaja on. Asiakaskohtaamiset voivat kestää jopa useita tunteja ja työssä ollaan kiinni asiakkaan ihossa. Huono asiakaspalveluosaaminen johtaisi varmasti siihen, että asiakas vaihtaa jatkossa hoitolan toiseen. Vuorovaikutustaidot tukevat hyvää asiakaspalveluosaamista ja siksi ne on asetettu heti asiakaspalveluosaamisen jälkeen odotetuimmaksi.

Vastavalmistuneelta kauneudenhoitajalta ei odoteta erityistä tuotetietoutta, tai kykyä myydä kotihoitotuotteita. Nämä ovat asioita, joita opitaan paremmin työelämässä. Kun tuoreella kauneudenhoitajalla on halua kehittyä sekä kiinnostusta alaa kohtaan, hän oppii nämä huomamaattaan työelämään siirryttyään.

Johtopäätökset siitä, miksi kyselylomake ei tuottanut tarpeeksi vastauksia ovat kuvattuna seuraavana. Kyselylomaketta olisi tullut karhuta vielä esimerkiksi puhelimitse, sillä kahtakymmentäkahdeksaa yrittäjää ei olisi mahdoton tavoittaa puhelimitse. Heille olisi voitu soittaa lyhyet puhelut ja täten vakuuttaa yrittäjiä vastausten tärkeydestä. Puhelimessa yrittäjää motivoimalla olisi vastausprosentti voinut olla parempi.

Kyselylomakkeen vastauksia saatiin yhteensä seitsemän, mutta näistä kaksi jouduttiin hylkäämään väärän vastaustavan takia. Kaksi yrittäjää olivat ymmärtäneet kyselylomakkeen

tärkeysjärjestys osion niin, että he olivat merkinneet useita väittämiä kaikista tärkeimmäksi eli odotetuimmaksi, sekä käyttäneet vastauksissaan muutenkin vain kahta numeroa, kaikkien kolmentoista sijaan. Täten vastauksista ei voitu tulkita, mitä he pitivät kaikista tärkeimpänä ominaisuutena. Syy, miksi he vastasivat väärin, on epäselvä, sillä odotuksia koskevan osuuden alussa oli selkeä kuvaus siitä, miten väittämät tulisi järjestää. Syynä voi kuitenkin olla se, että kyselyyn on vastattu kiireessä eikä tehtävänantoa ole luettu huolella.

Tutkimuksen toteuttamisen aikana ilmeni, ettei kauneudenhoitoalan yrittäjät ole yleisesti kovin kiinnostuneita siitä, että heillä olisi mahdollisuus päästä vaikuttamaan. He eivät ole motivoituneita siihen, että pääsisivät vaikuttamaan kauneudenhoitoalan koulutuksen kehittämisessä. Lisäksi toimeksiantajalta kuultuna, kun yrittäjiin oltiin aikaisemmin yhteydessä keväällä 2016 koulutusta suunniteltaessa, ei osallistumisprosentti tuolloinkaan ollut suuri.

Kirjoittajan omien työelämässä kauneudenhoitajana toimimisen kokemusten pohjalta pohdittuna, kauneushoitoloissa on keväisin usein kiire ja täten aikaa ei välttämättä jää ylimääräiselle. Toinen valitettava syy voi olla kiinnostuksen puute. Joka tapauksessa tutkimuksesta olisi saanut luotettavan ja sen avulla olisi voitu kehittää kauneudenhoitoalaa paremmin, mikäli alan ammattilaiset olisivat motivoituneempia vaikuttamaan.

Tutkimuksen perusteella voidaan kuitenkin antaa jotain kehitysehdotuksia oppilaitokselle. Kehitysehdotuksena kauneudenhoitoalan kehittämiseksi tämän tutkimuksen perusteella on koulun hoitolan asiakaspalvelun painottaminen opetuksessa. Usein alalla harjoitellaan hoitoja opiskelijoiden kesken niin, että hoitoja tehdään toisille. Tämä ei kuitenkaan ole verrattavissa oikeaan asiakaspalvelutilanteeseen, jossa oppilas on vastuussa asiakkaan hoitamisesta alusta loppuun. Oikeissa asiakaspalvelutilanteissa kauneudenhoitoalan opiskelija saa rohkeutta asiakaskohtaamisiin sekä oppii yksilöllisen palvelun toteuttamisen.

Lisäksi uusien hoitomenetelmien seuraaminen myös opetuksessa olisi tärkeää. Mahdolliset kyselyssä mainitut vanhat laitteet tulisi unohtaa ja keskittyä uusiin teknologisiin laitteisiin, joita on käytössä yleisesti hoitoloissa. Näitä laitteita ei oltu nimetty vastauksissa, joten laitteiden ajankohtaisuus tulisi selvittää.

Jatkoksi tälle opinnäytetyölle ehdottaisin, että aihetta tutkittaisiin syvällisemmin esimerkiksi tutkimuksella, joka koostuisi teemahaastatteluista. Tämä tosin vaatisi kiinnostusta kehittämistä kohtaan kauneudenhoitoalan ammattilaisilta. Lisäksi vastaavia tutkimuksia voisi toteuttaa Luksian, Länsi- Uudenmaan koulutuskuntayhtymän muiden peruskoulutusten parissa. Näin päästäisiin tutkimaan eri alojen ammattilaisten odotuksia työelämään siirtyviltä tuoreilta ammattilaisilta.

## Lähteet

### Painetut lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Fleaca, B., Purcarea A., Danalache, F., & Fleaca, E. 2015. Study on cosmetic and personal care industry by means of relevant processes. ProQuest Central, 1-6.

Hannula, P., Ingberg, P. & Virta, M. 2012. Palvelua, kiitos- asiakaspalvelun saloja. Pornainen: Cottonmark.

Hernberg, K. 2013. Asiantuntija epämurkuvuusalueella. Kirja sinulle joka inhoat myymistä. Helsinki: Talentum.

Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15., uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Khan, Y. 2005. Simple steps to building successful cosmetic practices. England: Authors online.

Kokonaho, T. 2011. Myynnin ajokortti. Helsinki: Kauppakamari.

Langley, R. 2007. Beautiful selling. The complete guide to sales success in the salon. Australia: Thomson.

Lundberg, T. & Töytäri, J. 2010. Asiakaspalvelun pikkujättiläinen. Lahti: Positiivarit.

Maister, D., Green, C. & Galford, R. 2012. Luottamuksen arvoinen. Helsinki: Talentum.

Meristö, T., Laitinen, J. 2014. Kestävän liiketoiminnan mahdollisuudet Länsi- Uudellamaalla- nykytila ja tulevaisuuden näkymiä. Lohja: Novago Yrityskehitys.

Muona, M. 2015. Hyvännäköinen. Kouvola: Scanweb.

Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua. Miten onnistut asiakkaan kohtaamisessa. Juva: Bookwell.

Raatikainen, E. 2015. Lujita luottamusta. Juva: Bookwell.

Reason, B., Lovlie, L. & Brand Flu, M. 2016. Service design for business. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Inc.

Rissanen, T. 2005. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar.

Rowson, P. 2009. Successful customer service. Get brilliant results fast. Surrey: Crimson.

Rubanovitsch, M. & Aalto, E. 2007. Myy enemmän- myy paremmin. 5., uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro.

Selin, E. & Selin, J. 2013. Kaikki on kiinni asiakkaasta. Helsinki: Tietosanoma.

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsinki: Kauppakamari.

Vilkkä, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4., uudistettu painos. Juva: Bookwell.

Vuorio, P. 2015. Myynnin kultainen kirja. Tampere: Power Competence.

#### Sähköiset lähteet

Ammattinetti. 2017. Kauneudenhoitoala. Viitattu 5.1.2017. [http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/7\\_ammattiala](http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/7_ammattiala)

Hanhijoki, I., Katajisto, J., Kimari, M. & Savioja, H. 2009. Koulutus ja työvoiman kysyntä 2010. Viitattu 4.1.2017. [http://www.oph.fi/download/46470\\_koulutus\\_ja\\_tyovoiman\\_kysynta\\_2020.pdf](http://www.oph.fi/download/46470_koulutus_ja_tyovoiman_kysynta_2020.pdf)

Kiseleff, H. 2015. Moni kosmetologi ei jatka ammatissa, vaikka koulutukseen on kova tunku. Viitattu 6.2.2017. <http://yle.fi/uutiset/3-7825766>

Luksia. 2017. Kosmetologi ja kosmetiikkaneuvoja. Viitattu 4.1.2017. <https://www.luksia.fi/koulutustarjonta/koulutusalat/sosiaali-terveys-ja-liikunta-ala/tutkinnot/kosmetologi-ja-kosmetiikkaneuvoja>

Luksia. 2017. Luksia. Viitattu 1.2.2017. <https://www.luksia.fi/>

Länsi- Uusimaa 2017. Viitattu 4.5.2017. <http://www.lansi-uusimaa.fi/artikkeli/444378-kauneudenhoitoalan-koulutus-alkoi-lohjalla-hakijoita-sata>

Mol. 2017a. Kosmetologi. Viitattu 17.1.2017. <http://www.mol.fi/avo/amatit/95130.htm>

Mol. 2017b. Kauneudenhoitoala. Viitattu 6.2.2017. <http://www.mol.fi/avo/alat/95.htm>

Opetushallitus. 2005. Työssäoppimisen työsuojelu kauneudenhoitoalan perustutkinnossa. Viitattu 13.2.2017. [http://www.oph.fi/download/49236\\_tyossaoppimisen\\_tyosuojelu\\_kauneudenhoitoala.pdf](http://www.oph.fi/download/49236_tyossaoppimisen_tyosuojelu_kauneudenhoitoala.pdf)

Opetushallitus. 2010. Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala. Viitattu 27.2.2017. [http://www.oph.fi/download/130991\\_sosiaali\\_terveys\\_ja\\_liikunta\\_ala\\_esite.pdf](http://www.oph.fi/download/130991_sosiaali_terveys_ja_liikunta_ala_esite.pdf)

Opetushallitus. 2014. Kauneudenhoitoalan perusteet. Viitattu 4.1.2017. <https://eperusteet.opintopolku.fi/eperusteet-service/api/dokumentit/2261352>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2017. KvaliMotv. Viitattu 13.1.2016. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/index.html>

SKY. 2017. Tutustu meihin. Viitattu 6.2.2017. <http://www.kosmetologitsky.fi/fi/tutustu-meihin>

Sneck, P. 2016. Helsingin Sanomat. Viitattu 14.2.2017. <http://www.hs.fi/kotimaa/art-200002908874.html>

Studentum. 2015. Työharjoittelu. Viitattu 4.1.2017. [https://www.studentum.fi/Työharjoittelu\\_d8814.html](https://www.studentum.fi/Työharjoittelu_d8814.html)

Suomen kosmetologikoulu. 2017. Minustako kosmetologi? Viitattu 4.1.2017. <http://www.suomenkosmetologikoulu.fi/fi/Yleist%C3%A4/Palveleva%20ammattikunta/Minustako%20kosmetologi%3F/>

Tilastokeskus. 2006. Palvelualojen toimialakatsaus. Viitattu 14.2.2017. [http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art\\_2007-03-28\\_004.html?s=5](http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-03-28_004.html?s=5)

Tilastokeskus. 2015. Palvelut ovat merkittävä osa kotitalouksien kulutusta. Viitattu 14.2.2017.  
[http://www.stat.fi/artikkelit/2014/art\\_2014-12-08\\_008.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2014/art_2014-12-08_008.html?s=0)

Julkaisemattomat lähteet

Kauneudenhoitoalan perustutkinnon opetussuunnitelma 2017.

## Kuviot

Kuvio 1: Opinnäytetyön tavoite.....	6
Kuvio 2: Kauneudenhoitoalan perustutkinnon osaamisalat.....	9
Kuvio 3: Asiakaspalvelun tärkeitä osa-alueita kauneudenhoitoalalla.....	15
Kuvio 4: Kosmetologin myynnilliset vaatimukset .....	18
Kuvio 5: Ammattilaisten odotukset .....	32



## Liitteet

Liite 1: Saatekirjeet .....	42
Liite 2: Kyselylomake .....	44
Liite 3: Teemahaastattelurunko .....	46

Liite 1: Saatekirjeet

8.3.2017

”Hei kauneudenhoitoalan yrittäjä!

Olen Melissa Porrassalmi, viimeisen vuoden liiketalouden opiskelija Lohjan Laurea-ammattikorkeakoulusta, ja suoritan tällä hetkellä opinnäytetyötäni.

Olisin todella kiitollinen, mikäli voit vastata ohessa olevaan kyselyyn, joka on suunniteltu sinulle, kauneudenhoitoalan yrittäjälle. Olen ammatiltani kosmetologi ja teen tutkimusta, jossa pyrin selvittämään teidän ammattilaisten odotuksia Luksiasta valmistuvista kosmetologeista. Työn sekä tutkimuksen kannalta olisi tärkeää saada teidän mielipiteitä ja ajatuksia. Kiitos!

Linkki kyselylomakkeeseen:

<https://elomake3.laurea.fi/lomakkeet/13813/lomake.html>

Vastausaikaa sunnuntaihin 26.3 saakka.

Aurinkoisin kevätterveisin

Melissa Porrassalmi ”

17.3.2017

”Hei kauneudenhoitoalan yrittäjä!

Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelija Melissa Porrassalmi toteuttaa Luksian Toivonkadun toimipisteen kanssa yhteistyössä opinnäytetyötään kauneudenhoitoalan koulutuksen kehittämiseksi. Tutkimuksessa halutaan selvittää teidän, kauneudenhoitoalan ammattilaisten odotuksia Luksiasta valmistuville kosmetologeille.

Pyydämme teitä vastaamaan oheiseen kyselylomakkeeseen 26.3 mennessä. Vastaukset ovat tärkeitä tutkimuksen toteutumisen kannalta. Kiitos ajastasi!

Linkki kyselylomakkeeseen:

<https://elomake3.laurea.fi/lomakkeet/13813/lomake.html>

Ystävällisin terveisin

Luksia, Länsi- Uudenmaan koulutuskuntayhtymä

23.3.2017

”Hei kauneudenhoitoalan yrittäjä!

Olen Melissa Porrassalmi, viimeisen vuoden liiketalouden opiskelija Lohjan Laurea-ammatti-korkeakoulusta, ja suoritan tällä hetkellä opinnäytetyötäni.

Mikäli et vielä ole vastannut oheiseen kyselylomakkeeseen, olisin todella kiitollinen vastauksistasi. Kysely on suunniteltu sinulle, kauneudenhoitoalan yrittäjälle. Olen ammatiltani kosmetologi ja teen tutkimusta, jossa pyrin selvittämään teidän ammattilaisten odotuksia Luksi-asta valmistuvista kosmetologeista. Työn sekä tutkimuksen kannalta olisi tärkeää saada teidän mielipiteitä ja ajatuksia. Kiitos!

Linkki kyselylomakkeeseen:

<https://elomake3.laurea.fi/lomakkeet/13813/lomake.html>

Vastausaikaa sunnuntaihin 26.3 saakka.

Aurinkoisin kevätterveisin

Melissa Porrassalmi”

## Liite 2: Kyselylomake

## Mitä alan ammattilaiset odottavat Luksiasta valmistuvalta kosmetologilta?

Hei kauneudenhoitoalan yrittäjä!

Olen Melissa Porrassalmi, Laurea- ammattikorkeakoulun opiskelija. Teen opinnäytetyötä Luksian, Länsi- Uudenmaan koulutuskuntayhtymän Lohjan toimipisteen kauneudenhoitoalan perustutkinnon kehittämiseksi. Kyselyn tavoitteena on selvittää mitä alan ammattilaiset odottavat Luksiasta valmistuvalta kosmetologeilta.

Kysely on suunniteltu kauneudenhoitoalan yrittäjille ja aikaa vastaamiseen kuluu noin 10-15 minuuttia. Vastaaminen on tärkeää opintojen sekä opinnäytetyön suorittamisen kannalta. Valitse sopivin vaihtoehto, aseta väittämät tärkeysjärjestykseen sekä vastaa avoimiin kysymyksiin. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Mikäli sinulla on kysyttävää, tavoitat minut sähköpostitse osoitteesta: melissa.porrassalmi@outlook.com

Kiitos ajastasi!

## Taustatiedot

## 1. Ikä

- |                                   |                                  |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> alle 25v | <input type="checkbox"/> 45-55v  |
| <input type="checkbox"/> 25-34v   | <input type="checkbox"/> yli 55v |
| <input type="checkbox"/> 35-44v   |                                  |

## 2. Koulutustausta

- |   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kosmetologi        | <input type="checkbox"/> Estenomi |
| <input type="checkbox"/> Kosmetiikkaneuvoja | <input type="checkbox"/> Muu      |
| <input type="checkbox"/> Parturikampaaja    |                                   |

## 3. Kuinka kauan olet toiminut kauneudenhoitoalan yrittäjänä?

- |                                      |                                 |
|--------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> alle vuoden | <input type="checkbox"/> 6-8v   |
| <input type="checkbox"/> 1-2v        | <input type="checkbox"/> yli 8v |
| <input type="checkbox"/> 3-5v        |                                 |

## Odotukset

Lue aluksi kaikki väittämät, ja aseta ne sitten tärkeysjärjestykseen.

1. on väittämistä tärkein ja olennaisin, 2. toiseksi tärkein jne.

Vastaa niin, että jokainen väittämä on eri numero asteikolla 1-13.

## 4. Odotan valmistuvalta kosmetologilta hyvää asiakaspalveluosaamista

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1.                    | 2.                    | 3.                    | 4.                    | 5.                    | 6.                    | 7.                    | 8.                    | 9.                    | 10.                   | 11.                   | 12.                   | 13.                   |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## 5. Odotan vastavalmistuneelta kosmetologilta taitoa kuunnella asiakasta

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1.                    | 2.                    | 3.                    | 4.                    | 5.                    | 6.                    | 7.                    | 8.                    | 9.                    | 10.                   | 11.                   | 12.                   | 13.                   |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## 6. Odotan vastavalmistuneelta kosmetologilta hyviä vuorovaikutustaitoja

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1.                    | 2.                    | 3.                    | 4.                    | 5.                    | 6.                    | 7.                    | 8.                    | 9.                    | 10.                   | 11.                   | 12.                   | 13.                   |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## 7. Odotan, että vastavalmistunut kosmetologi on hyvä myymään palveluita ja tuotteita

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1.                    | 2.                    | 3.                    | 4.                    | 5.                    | 6.                    | 7.                    | 8.                    | 9.                    | 10.                   | 11.                   | 12.                   | 13.                   |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## 8. Odotan vastavalmistuneelta kosmetologilta rohkeutta asiakaskohtaamisiin

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1.                    | 2.                    | 3.                    | 4.                    | 5.                    | 6.                    | 7.                    | 8.                    | 9.                    | 10.                   | 11.                   | 12.                   | 13.                   |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## 9. Odotan vastavalmistuneelta kosmetologilta riittävää ammattitaitoa kartoittaa asiakkaan tarpeet

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1.                    | 2.                    | 3.                    | 4.                    | 5.                    | 6.                    | 7.                    | 8.                    | 9.                    | 10.                   | 11.                   | 12.                   | 13.                   |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## 10. Odotan, että vastavalmistunut kosmetologi osaa valita asiakkaalle oikean palvelun

- |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. | 9. | 10. | 11. | 12. | 13. |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|

<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
11. Odotan, että vastavalmistunut kosmetologi osaa valita asiakkaalle oikeat kotihoitotuotteet 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
12. Odotan vastavalmistuneelta kosmetologilta tuotetietoutta 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
13. Odotan, että vastavalmistunut kosmetologi osaa antaa asiakkaalle totuudenmukaisia ohjeita ihonhoidossa 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
14. Odotan, että vastavalmistunut kosmetologi toimii luottamusta herättäen 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
15. Odotan, että vastavalmistunut kosmetologi osaa palvella jokaista asiakasta yksilönä 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
16. Odotan, että vastavalmistunut kosmetologi on valmis heti työtehtäviin, joihin liittyy aina asiakkaan mielessä riski (kuten hää-, tai juhlemeikki) 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

#### Avoimia kysymyksiä

17. Minkälainen osaaminen on mielestäsi tarpeellista tulevaisuudessa?

**B I U S**

18. Minkälainen erikoisosaaminen on mielestäsi tarpeellista tulevaisuudessa?

19. Vastaako kauneudenhoitoalan koulutus mielestäsi työelämän tarpeita?

20. Mitä työelämän vaatimuksia koulutuksessa tulisi mielestäsi ottaa enemmän huomioon?

20. Mitkä kauneudenhoitoalan palvelut mielestäsi painottuvat tulevaisuudessa?

Kiitos vastauksistasi!

### Liite 3: Teemahaastattelurunko

Aihe: Teemahaastattelun aiheet käsittelevät tulevaisuuden kauneudenhoitajien osaamistarpeita työelämässä. Haastattelujen avulla pyritään saamaan syvällisempää tietoa alan ammattilaisten odotuksista tuoreita kauneudenhoitajia kohtaan. Haastattelut keskittyvät myös kauneudenhoitoalan palveluiden kysyntään sekä tulevaisuudessa painottuviin hoitoihin.

#### **OSAAMISTARPEET**

Esimerkiksi: Mikäli voisit vaikuttaa kauneudenhoitoalan koulutuksen sisältöön, mitä painottaisit? Mitä koulutuksen tulisi mielestäsi sisältää, jotta se olisi ajankohtaisempi? Tärkeimmät osaamisvaatimukset työelämässä?

#### **PALVELUIDEN KYSYNTÄ**

Esimerkiksi: Uskotko, että kauneudenhoitoalan palveluilla on jatkuvaa kysyntää? Mikä vaikuttaa kauneudenhoitoalan palveluiden kysyntään? Koetko, että väestön ikääntymisellä on vaikutusta kauneudenhoitoalan palveluiden kysyntään?

#### **TULEVAISUUDEN PALVELUT**

Esimerkiksi: Minkälaiset kauneudenhoitoalan palvelut painottuvat tulevaisuudessa? Mikä vaikuttaa näiden palveluiden kasvavaan kysyntään?